

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА

Вісник ХНТУСГ

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

206' 2019

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ВІСНИК
*Харківського національного
технічного університету
сільського господарства
імені Петра Василенка*

Випуск 206

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

*У відповідності до наказу МОН України
від 21.12.2015 р. № 1328
Вісник ХНТУСГ: економічні науки
включений до Переліку наукових фахових
видавць України (Додаток № 8. – С. 4)*

Харків – 2019

УДК 346.54:338.432

ББК 65.32-18

В 53

Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. – Харків: ХНТУСГ, 2019. – Вип. 206. – 462 с.

Рекомендовано до друку Вченою радою Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Протокол № 2 від 31.10.2019 р.

Редакційна колегія: КРАСНОРУЦЬКИЙ О.О., д.е.н., проф., головний редактор;
АМОСОВ О.Ю., д.е.н., проф.;
КОРНІЄЦЬКИЙ О.В., д.е.н., доц.;
МАНДИЧ О.В., д.е.н., доц.;
МАРЕНИЧ Т.Г., д.е.н., проф.;
ОНЕГІНА В.М., д.е.н., проф.;
ОРЕЛ В.М., д.е.н., доц.;
ПЛОТНИЦЬКА С.І., д.е.н., доц.;
ПОТИШНЯК О.М., д.е.н., доц.;
ШИНКАРЕНКО В.Г., д.е.н., проф.;
ШАБІНСЬКИЙ О.В., д.е.н., доц.;
ГРІДІН О.В., відповідальний секретар

*Засновник – Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка
Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації КВ № 15983-4455 Пр від 01.12.2009 р.*

Адреса редакції:

61002, м. Харків, вул. Алчевських, 44,
тел.: (057)716-41-68, (057)716-41-54

© Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка, 2019

ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО І РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗА ФІНАНСОВИМИ ПОКАЗНИКАМИ (НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА АВІАБУДУВАННЯ)

***МАЛІЙ О.Г., к.е.н., доцент,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах перетворень, які характеризуються нестабільністю економіки, значними змінами макро- і мікроекономічних факторів та волатильністю конкурентного середовища, пріоритетним завданням підприємств є формування фінансового і ресурсного потенціалу які являють собою найпотужніший потенціал для оперативного та стратегічного впливу на виробничо-господарську діяльність та економічний розвиток підприємства.

Фінансовий і ресурсний потенціал – ключові фактори, які визначають успішність роботи підприємства у сучасних умовах господарювання. Чим вищий їх рівень, тим більш конкурентоспроможним та інвестиційно привабливим є підприємство. Тому у сучасних умовах розвитку підприємств актуальним є питання методичного забезпечення оцінки фінансового потенціалу та визначення рівня і якості його використання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням формування та оцінки ресурсного та фінансового потенціалу підприємства присвячено роботи провідних вітчизняних та закордонних дослідників Н. Богацької, І. Балабанова, О. Гудзь, А. Ковальова, В. Ковальова, О. Ковальчук, М. Крейніної, І. Зятковського, В. Івахненко, Л. Лахтіонової, С. Мочерного, Г. Партина, В. Привалова, В. Родіонової, О. Терещенка, І. Саух, П. Стецюка, А. Чупіса та ін. Проте аналіз публікацій з питань методології визнання фінансового потенціалу підприємства і методичних підходів до його оцінки свідчить про недостатню їх розробку.

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз сучасних методичних підходів щодо оцінювання ресурсного і фінансового потенціалу за фінансовими показниками та визначення рівня і якості його використання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вивчення наукового розуміння поняття «потенціал» доводить, що термін «потенціал» походить від латинського слова «potentia», що в перекладі означає «приховані можливості». У загальному розумінні «потенціал» розглядається як «засоби, запаси, джерела, які є в наявності й можуть бути мобілізовані для досягнення певної мети, здійснення плану, вирішення якого-небудь завдання; можливості окремої особи, суспільства, держави в певній області» [2, 5, 6].

Економічна енциклопедія вказує, що потенціал – це наявні в економічного суб'єкта ресурси, їхня оптимальна структура та вміння раціонально використати їх для досягнення поставленої мети [3].

Фінансовий потенціал, як зазначає українська дослідниця І. Саух., є комплексною категорією, яка визначається як сукупність фінансових можливостей розвитку підприємства, зумовлених наявністю достатнього обсягу фінансових ресурсів та ефективної системи управління фінансами, що спрямовані на досягнення стратегічної фінансової позиції підприємства в зовнішньому середовищі [9].

Ресурсний потенціал підприємства, як вважають науковці Н. Богацька та О. Ковальчук, включає всі види ресурсів, наявні на підприємстві. Ресурсний потенціал визначають як систему взаємопов'язаних різних видів ресурсів, якими володіє підприємство або які можуть бути залучені до його господарської діяльності з метою максимального задоволення потреб споживачів та підвищення його конкурентоспроможності на ринку [1].

При цьому автори додають, що сутність ресурсного потенціалу підприємства визначають поточні та перспективні можливості підприємства, які характеризуються перетвореннями ресурсів завдяки свідомій діяльності осіб для формування необхідного продукту.

Оцінювання існуючого фінансового потенціалу підприємства українські економісти пропонують засновувати на аналізованні показників його ділової активності, рентабельності, ліквідності та платоспроможності, фінансової стійкості, майнового стану тощо [7], що дасть змогу отримати комплексну характеристику діяльності підприємства, його конкурентоспроможності, надійності, а відтак, стане основою для розробки стратегії управління фінансовим потенціалом суб'єкта господарювання.

Наступним етапом в управлінні фінансовим потенціалом підприємства, як вважають науковці, має бути доцільно визначення методів, за якими можна зробити висновок щодо якості управління ним [7].

Дослідження фінансового забезпечення підприємств авіабудування, свідчить про те, що вони сьогодні в основному працюють за рахунок власних ресурсів, які нині за питомою вагою є значними, проте недостатніми для самофінансування. Обмеженість власних коштів змушує підприємства авіапрому сподіватися на підтримку з боку держави та зумовлює необхідність розвивати відносини з комерційними банками й іншими учасниками фінансового ринку.

Авіабудування є однією із високотехнологічних сфер економіки, що має стратегічний потенціал для створення товарів і послуг з високою доданою вартістю, забезпечення обороноздатності держави, а також має роль розвитку аерокосмічної галузі. Авіаційна промисловість сьогодні визнана пріоритетною галуззю економіки України.

Після розпаду Радянського Союзу українська авіабудівна галузь зазнала значного скорочення. Внаслідок втрати стабільного попиту на нові літаки, відсутності обігових коштів та державної підтримки на початку 90-х років авіабудування України почало стрімко втрачати темпи модернізації і технічного переозброєння основних виробничих фондів, високий рівень яких в умовах планової економіки завжди був йому притаманний. Це призвело не тільки до прискореного старіння основних фондів, але і породило несприятливу тенденцію технологічного відставання вітчизняних авіаційних підприємств від загального світового рівня. Технологічний розрив з провідними світовими державами, який, на жаль, з кожним роком збільшується, самим негативним чином позначився на науково-технічних та виробничих можливостях з виготовлення новітніх зразків авіаційної техніки.

У травні 2018 Уряд схвалив Стратегію відродження українського авіабудування на період до 2022 року [8]. Також затверджено план заходів щодо її реалізації.

Не зважаючи на державні пріоритети, авіапідприємства ДК Укроборонпром продовжують рухатись до занепаду, або ж просто зависли у невизначеному стані.

ДП «ХМЗ «ФЕД» – це всесвітньо відомий бренд в авіаційно-космічній галузі який займає провідні позиції в Україні з серійного виготовлення, ремонту і модернізації агрегатів для підравлічних, паливних та електричних систем авіаційної техніки, гальмівного обладнання вантажного рухомого складу залізниць, а також є серійним виробником агрегатів для бронетехніки.

Продукція підприємства унікальна, відрізняється високою наукоємністю і технічним рівнем виробництва, застосовується практично на всіх видах літаків і вертольотів, що випускаються в США, і експлуатується більш ніж в 60 країнах світу.

Оцінювання ресурсного і фінансового потенціалу підприємства пропонуємо розпочати за фінансовими показниками.

На даному етапі проведемо експрес-аналіз основних показників, що характеризують ліквідність, платоспроможність і фінансову стійкість підприємства (таблиця).

За наведеними розрахунками можна зробити висновок, що ситуація на підприємстві погіршується. Простежується тенденція зниження усіх видів прибутку. Аналіз динаміки показників рентабельності свідчить про погіршення ситуації (таблиця). Простежується також чітка тенденція зменшення питомої ваги чистого прибутку у валовому. Часка позикових джерел фінансування на підприємстві має тенденцію до підвищення, що знижує його фінансову стійкість.

Однак, оцінивши стан майна, джерел його формування та ефективності використання в ДП «ХМЗ «ФЕД», можна зробити висновок, що підприємство нарощує свій виробничий потенціал, збільшення на підприємстві частки оборотних коштів та зменшення необоротних активів означає тенденцію прискорення оборотності майна. В структурі свого капіталу протягом досліджуваного періоду має доволі високу частку власних коштів. Підприємство фінансово незалежне, прибуткове та платоспроможне.

Незважаючи на тенденцію погіршення окремих показників прибутковості, незалежності, ефективності використання ресурсів, керівництву ДП «ХМЗ «ФЕД» вдається утримувати ситуацію на належному рівні та контролювати стан фінансів.

Однак, як ми вважаємо, ототожнювати фінансовий потенціал із фінансовими ресурсами недоцільно. Адже, фінансовий потенціал є більш ширшим поняттям і включає в себе не тільки фінансові ресурси та здатність до їх ефективного використання, а й врахування прихованих можливостей, а також факторів, що можуть за певних обставин вплинути на погіршення ситуації на підприємстві.

**Оцінка ресурсного і фінансового потенціалу
ДП «ХМЗ «ФЕД» у 2018 році за фінансовими показниками**

<i>Показник</i>	<i>Рівень показника</i>		
	<i>На початок періоду</i>	<i>На кінець періоду</i>	<i>Зміни</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
1. Структура фінансового потенціалу			
1.1. Власний капітал	409317	407961	-1356
1.2. Позиковий капітал	91121	168715	77594
2. Структура ресурсного потенціалу			
2.1. Необоротні активи (основний капітал)	128081	127041	-1040
2.2. Оборотні активи (оборотний капітал)	372357	449635	77278
2.2.1. Матеріальні оборотні засоби	283325	322466	39141
2.2.2. Грошові кошти і розрахунки	89032	127169	38137
3. Платоспроможність і фінансова стійкість			
3.1. Коефіцієнт поточної ліквідності	4,09	2,67	-1,42
3.2. Коефіцієнт співвідношення кредиторської та дебіторської заборгованості	0,89	0,05	-0,84
3.3. Коефіцієнт маневрування власних коштів	0,69	0,69	0,00
3.4. Коефіцієнт співвідношення позикового та власного капіталу	0,22	0,41	0,19
3.5. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,09	0,17	0,08
3.6. Коефіцієнт автономії (незалежності)	0,82	0,71	-0,11
4. Якість прибутку та здатність його заробляти			
4.1. Темпи зростання доходу від реалізації продукції, %	111,04		
4.2. Темпи зростання валового прибутку, %	118,42		
4.3. Темпи зростання прибутку від операційної діяльності, %	96,31		
4.4. Темпи зростання прибутку від звичайної діяльності до оподаткування, %	82,22		
4.5. Темпи зростання чистого прибутку, %	81,55		
4.6. Питома вага чистого прибутку у валовому прибутку, %	24,70	17,01	-7,69
5. Прибутковість та оборотність активів (капіталу)			
5.1. Прибутковість активів за прибутком до оподаткування, %	12,25	9,16	-3,09
5.2. Прибутковість реалізованої продукції, %	82,93	93,60	10,68
5.3. Коефіцієнт оборотності загальних активів	0,89	0,90	0,01
5.4. Коефіцієнт оборотності оборотних активів	1,20	1,18	-0,02
5.5. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	6,45	5,66	-0,78
5.6. Прибутковість загального капіталу, %	9,94	7,38	-2,57
5.7. Прибутковість власного капіталу, %	12,27	9,72	-2,55
5.8. Коефіцієнт оборотності загального капіталу	0,89	0,90	0,01
5.9. Коефіцієнт оборотності власного капіталу	1,10	1,18	0,09

Аналіз потенційних можливостей підприємства дозволив дослідити наступне:

– Як видно з прогнозних розрахунків, вірогідність банкрутства підприємства ДП «ХМЗ «ФЕД» дуже низька. Рівень платоспроможності, розрахований за коефіцієнтом Бівера за період 2 роки, дозволяє віднести підприємство до середньої групи «ризиків втрати платоспроможності». Незважаючи на певні коливання грошових потоків підприємство має тенденцію до відновлення платоспроможності та рентабельності.

– Однак, наявність власних оборотних коштів або робочого капіталу дає можливість підприємству нарощувати виробництво. Підприємство прибуткове, платоспроможне, фінансовий стан підприємства достатньо стійкий. За рейтингом позичальника ДП «ХМЗ «ФЕД» належить до 2 класу – підприємства з високою кредитоспроможністю. Воно має всі підстави на встановлення з комерційними банками надійних відносин і може розраховувати на одержання кредитів.

– З негативної сторони характеризує діяльність підприємства збільшення та доволі високе значення коефіцієнту зносу основних засобів, це свідчить про необхідність проведення оновлення основних засобів; також негативним є збільшення поточної дебіторської та кредиторської заборгованості.

Керівництву ДП «ХМЗ «ФЕД» слід приділити увагу ефективності використання майна і вжити необхідних заходів щодо зменшення негативних факторів, що сприяють погіршенню результативності фінансово-господарської діяльності підприємства.

На майбутні фінансові труднощі підприємства ДП «ХМЗ «ФЕД» та ймовірність того, що за певних умов ситуація може погіршитися, вказують такі негативні результати:

– надмірне використання короткострокових позикових коштів як джерела фінансування довгострокових вкладень;

– використання у виробничому процесі устаткування з термінами експлуатації, що минули;

– значна залежність від зовнішнього ринку збуту продукції (перш за все російського);

– значна залежність від зовнішніх постачальників покупних комплектуючих виробів, електронних систем та матеріалів;

– політичний ризик, пов'язаний з підприємством в цілому або з його ключовими підрозділами;

– недостатня державна фінансова та правова підтримка розробників та виробників авіаційної продукції.

Висновки. Ресурсний і фінансовий потенціал підприємства являє собою основу діяльності підприємства. Адже ресурси безпосередньо створюють умови для функціонування підприємства, а їх наявність та функціонування стає можливим завдяки наявності фінансового потенціалу.

У рамках діагностики фінансового потенціалу необхідно систематично проводити аналіз не лише фінансового стану і фінансової безпеки підприємства, а й враховувати приховані можливості, а також фактори, що можуть за певних обставин вплинути на погіршення ситуації на підприємстві. Методики розрахунку мають охоплювати всі основні процеси, що протікають у різних функціональних областях підприємства. У результаті забезпечується системний підхід, що дозволить виявити всі сильні і слабкі сторони, а також створити на цій основі комплексний план перспективного розвитку.

Література.

1. **Богацька Н.** Ресурсний потенціал підприємства: сутність та стратегія використання URL : http://rusnauka.com/4_SND_2012/Economics/10_98032.doc.htm.

2. **Гудзь О.Є.** Фінансові ресурси сільськогосподарських підприємств : монографія. К. : ННЦ ІАЕ, 2007. 578 с.

3. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.3 / Редкол. **С.В. Мочерний** (відп. ред.) та ін. К. : Видавничий центр «Академія», 2002. 952 с.

4. **Куліш Г.П., Чепка В.В.** Фінансовий потенціал підприємства та його роль в умовах нестабільності економіки. *Статистика України*. 2017. № 1. С. 29-35.

5. **Малій О.Г.** Фінансові ресурси підприємств: джерела формування та ефективність використання. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. Харків : ХНТУСГ, 2013. Вип. 137. С. 308-311.

6. **Малій О.Г.** Фінансові ресурси підприємств та джерела їх формування: теоретичні аспекти. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*, 2016. № 2. С. 71-74.

7. **Партич Г.О., Задерецька Р.І., Граціян О.В.** Формування фінансового потенціалу підприємства. *Ефективна економіка*, 2016. № 1. URL : <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2019.10>

8. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку вітчизняної авіаційної промисловості на період до 2020 року» від 27.12.2008 р. № 1656. URL : <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/deyaki-pitannya-vitchiznyanogo-aviabuduvannya>

9. **Саух І.** Фінансовий потенціал підприємства як об'єкт стратегічного аналізу. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*, 2017. С. 132-141.

10. **Стецюк П.А.** Стратегія і тактика управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств: монографія. К.: ННЦ ІАЕ, 2009. 370 с.

11. **Babenko V., Perevozova I., Mandych O., Kvyatko T., Maliy O., Mykolenko I.** (2019). World informatization in condition of international globalization: Factors of influence. *Global Journal of Environmental of Science and Management*. pp. 172-179.

References.

1. **Bohats'ka N.** Resursnyy potentsial pidpryyemstva: sutnist' ta stratehiya vykorystannya [Resource potential of the enterprise: essence and strategy of using]. (n.d.). *rusnauka.com* Retrieved from http://rusnauka.com/4_SND_2012/Economics/10_98032.doc.htm [in Ukrainian].

2. **Hudz' O.Ye.** (2007). *Finansovi resursy sil's'kohospodars'kykh pidpryyemstv* [Financial resources of agricultural enterprises]. Kyiv: NNTS ІАЕ, p. 578 [in Ukrainian].

3. *Ekonomichna entsyklopediya* [The Economic Encyclopedia]. (Vols. 1-3). **S.V. Mochemyy** (Ed.). et al. Kyiv: Vydavnychyy tsentr «Akademiya», 2002, Vol. 3, p. 952 [in Ukrainian].

4. **Kulish H.P., & Chepka V.V.** (2017). Finansovyy potentsial pidpryyemstva ta yoho rol' v umovakh nestabil'nosti ekonomiky [Financial potential of the enterprise and its role in conditions of economic instability]. *Statystyka Ukrayiny – Statistics of Ukraine*, No. 1, pp. 29-35 [in Ukrainian].

5. **Maliy O.G.** (2013). Finansovi resursy pidpryyemstv: dzherela formuvannya ta efektyvnist' vykorystannya [Enterprise financial resources: sources of formation and efficiency of use]. *Visnyk KHNTUSH: Ekonomichni nauky – Bulletin Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic Sciences*. Kharkiv : KNTUA, issue 137, pp. 308-311 [in Ukrainian].

6. **Maliy O.G.** (2016). Finansovi resursy pidpryyemstv ta dzherela yikh formuvannya: teoretychni aspekty [Financial resources of enterprises and sources of their formation: theoretical aspects]. *Aktual'ni problemy innovatsiyoi ekonomiky – Actual problems of innovative economy*, No. 2, pp. 71-74 [in Ukrainian].

7. **Partyn H.O., Zaderets'ka R.I., & Hratsiyan O.V.** (2016). Formuvannya finansovoho potentsialu pidpryyemstva [Formation of financial potential of the enterprise]. *Efektivna ekonomika – Effective Economy*, No 1. Retrieved from <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2019.10> [in Ukrainian].

8. Rozporyadzhennya Kabinetu Ministriv Ukrayiny «Pro skhvalennya Stratehiyi rozvytku vitchyznyanoyi aviatsiyanoi promyslovosti na period do 2020 roku» vid 27.12.2008 r. № 1656 [The Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine «On Approval of the Strategy for the Development of the National Aviation Industry for the Period up to 2020» No. 2756 of December 27, 2008]. (2008). *www.kmu.gov.ua*. Retrieved from <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/deyakipitannya-vitchiznyanogo-aviabuduvannya> [in Ukrainian].

9. **Saukh I.** (2017). Finansovyy potentsial pidpryyemstva yak ob'ekt stratehichnoho analizu [Financial potential of an enterprise as an object of strategic analysis]. *Ekonomichnyy chasopys Skhidnoyropeys'koho natsional'noho universytetu imeni Lesi Ukrayinky – Economic Journal of Lesya Ukrainka Eastern European National University*, pp. 132-141 [in Ukrainian].

10. **Stetsyuk P.A.** (2009). *Stratehiya i taktyka upravlinnya finansovymy resursamy sil's'kohospodars'kykh pidpryyemstv* [Strategy and tactics of financial resources management of agricultural enterprises]. Kyiv: NNTS IAE, p. 370 [in Ukrainian].

11. **Babenko V., Perevozova I., Mandych O., Kvyatko T., Maliy O., Mykolenko I.** (2019). World informatization in condition of international globalization: Factors of influence. *Global Journal of Environmental of Science and Management*. pp. 172-179 [in English].

Анотація.

Малій О.Г. Оцінювання фінансового і ресурсного потенціалу за фінансовими показниками (на прикладі підприємства авіабудування).

Метою статті є аналіз сучасних методичних підходів щодо оцінювання ресурсного і фінансового потенціалу за фінансовими показниками та визначення рівня і якості його використання. Фінансовий і ресурсний потенціал являють собою найпотужніший потенціал для оперативного й стратегічного впливу на виробничо-господарську діяльність та економічний розвиток підприємства. Чим вищий їх рівень, тим більш конкурентоспроможним та інвестиційно привабливим є підприємство. Тому у сучасних умовах розвитку підприємств актуальним є питання методичного забезпечення оцінки фінансового потенціалу та визначення рівня і якості його використання. Встановлено, що фінансовий потенціал є більш ширшим поняттям і включає в себе не тільки фінансові ресурси та здатність до їх ефективного використання, а й врахування прихованих можливостей, а також факторів, що можуть за певних обставин вплинути на погіршення фінансового стану. Здійснено оцінювання ресурсного і фінансового потенціалу підприємства авіабудування за фінансовими показниками, а також його поточні та перспективні можливості. У рамках діагностики фінансового потенціалу запропоновано систематично проводити аналіз не лише фінансового стану і фінансової безпеки підприємства, а й враховувати приховані можливості, а також фактори, що можуть за певних обставин вплинути на погіршення ситуації на підприємстві. Методики розрахунку мають охоплювати всі основні процеси, що протікають у різних функціональних областях підприємства.

Ключові слова: ресурсний потенціал, фінансовий потенціал, фінансові ресурси, фінансові показники, методичне забезпечення оцінки фінансового та ресурсного потенціалу, підприємства авіабудування.

Аннотация.

Малый Е.Г. Оценка финансового и ресурсного потенциала по финансовым показателям (на примере авиастроения).

Целью статьи является анализ современных методических подходов к оценке ресурсного и финансового потенциала по финансовым показателям и определение уровня и

качества его использования. Финансовый и ресурсный потенциал представляют собой мощный потенциал для оперативного и стратегического влияния на производственно-хозяйственную деятельность и экономическое развитие предприятия. Чем выше их уровень, тем более конкурентоспособным и инвестиционно привлекательным является предприятие. Поэтому в современных условиях развития предприятий актуален вопрос методического обеспечения оценки финансового потенциала и определение уровня и качества его использования. Установлено, что финансовый потенциал более широким понятием и включает в себя не только финансовые ресурсы и способность к их эффективно использованию, но и учет скрытых возможностей, а также факторов, которые могут при определенных обстоятельствах повлиять на ухудшение финансового состояния. Осуществлено оценивание ресурсного и финансового потенциала предприятия авиастроения по финансовым показателям, а также его текущие и перспективные возможности. В рамках диагностики финансового потенциала предложено систематически проводить анализ не только финансового состояния и финансовой безопасности предприятия, но и учитывать скрытые возможности, а также факторы, которые могут при определенных обстоятельствах повлиять на ухудшение ситуации на предприятии. Методики расчета должны охватывать все основные процессы, протекающие в различных функциональных областях предприятия.

Ключевые слова: ресурсный потенциал, финансовый потенциал, финансовые ресурсы, финансовые показатели, методическое обеспечение оценки финансового и ресурсного потенциала, предприятия авиастроения.

Abstract.

Maliy O.G Evaluation of financial and resource potential by financial indicators (for example, aviation industry).

The purpose of the article is to analyze modern methodological approaches to assessing the resource and financial potential by financial indicators and to determine the level and quality of its use. Financial and resource potential represent the most powerful potential for operational and strategic impact on production and economic activity and economic development of the enterprise. The higher their level, the more competitive and attractive the company is. Therefore, in the current conditions of enterprise development, the issue of methodological support for the assessment of financial potential and determination of the level and quality of its use is urgent. It has been established that financial potential is a broader concept and includes not only financial resources and the ability to use them effectively, but also taking into account hidden opportunities, as well as factors that may in certain circumstances affect the deterioration of the financial situation. The resource and financial potential of the aviation construction company were evaluated by financial indicators, as well as its current and prospective capabilities. In the framework of diagnostics of financial potential, it is proposed to systematically analyze not only the financial condition and financial security of the enterprise, but also to take into account hidden opportunities, as well as factors that may, in certain circumstances, affect the deterioration of the enterprise. Calculation techniques should cover all major processes occurring in different functional areas of the enterprise.

Key words: resource potential, financial potential, financial resources, financial indicators, methodological support of estimation of financial and resource potential, aviation enterprises.

ТЕНДЕНЦІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА І РЕАЛІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

***ГАВРИЛЕНКО О.В., ЗДОБУВАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Ідентифікація чинників формування аграрного вітчизняного ринку дозволила виокремити ключові напрями розвитку потенціалу розвитку аграрних формувань, якими визначено покращення ресурсного забезпечення виробництва та структурне реформування об'єднань агропромислового виробництва. Але навіть вказані новітні технології, які мають лише покращувальний характер, не використовуються системно та повномасштабно, що повністю нівелює бізнес-завдання отримання необхідних економічних результатів та формування конкурентних переваг для ділової привабливості, загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Висвітлення основних аспектів, пов'язаних з конкурентоспроможністю підприємств, розкрито у праці [1]. Питання собівартості, зокрема пошук резервів та її оптимізацію досліджували Вудвуд В. В. [2], Голишова І. С. [3], Городня Т. А. [4] та ін. Проблеми оцінки фінансового стану, ефективності діяльності підприємств наведено у [5-8]. Зважаючи на наявні теоретичні розробки, враховуючи вплив економічного середовища, недостатньо дослідженими залишаються певні питання.

Формулювання цілей статті. Цілями статті є визначення тенденцій ефективності виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції аграрних підприємств та розроблення рекомендацій для досліджуваних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Доведено, що саме результативність основної виробничо-комерційної діяльності та фінансово-економічний стан є базовими критеріями для використання суб'єктами аграрного бізнесу певних стратегій розвитку потенціалу маркетингової діяльності. Це спричинено тим, що вони проводять свої виробничі цикли і мають можливість запровадження будь-яких інновацій у виробництво лише за рахунок самоінвестування. Таким чином, обсяги їх фонду являють собою власну отриману масу чистого прибутку.

В дослідженні проаналізовано діяльність вітчизняних аграрних підприємств в розрізі їх групування за обсягами реалізації основних видів продукції галузі рослинництва. Слід відзначити, що було обрано саме найрентабельніші культури, що спричинено можливостями отримання більшої маси прибутку від реалізації.

Як вже було зазначено, саме прибутковість суб'єктів аграрного бізнесу є визначальною характеристикою можливостей запровадження маркетингу в свою основну виробничо-комерційну діяльність через забезпечення самофінансування.

В дослідженні інвестиційної спроможності основних учасників аграрного ринку – товаровиробників, доцільним є використання наступних показників: обсяг необхідного капіталу для можливостей функціонування на певних рівнях інфраструктури об'єктових ринків; результативність основної виробничо-збутової діяльності, яку за існуючим інформаційним забезпеченням слід характеризувати через отриману масу доходу та показники рентабельності, які в зазначених умовах й приймають роль базового показника інвестиційної привабливості.

Динаміка проведеного аналізу інвестиційного забезпечення аграрних підприємств Харківської області свідчить про стрімке зростання їх обсягів за останні досліджувані роки. Це спричинено, в першу чергу, збільшенням розмірів само інвестування суб'єктів аграрного бізнесу через необхідність постійного оновлення матеріально-технічної база для забезпечення спроможності використання маркетингових стратегій розвитку виробничої складової їх господарської діяльності.

Ефективність основної виробничо-комерційної діяльності суб'єктів бізнесу та їх фінансового становища є визначальними характеристиками для використання сільськогосподарськими товаровиробниками певних стратегій розвитку маркетингової діяльності та одержання найвищих економічних ефектів від своєї діяльності. Загалом, саме зазначені обставини і визначають конкурентну ситуацію на цільових ринках та збалансованість між економічними інтересами функціонально відокремлених суб'єктів виробничої сфери аграрного ринку.

Зазначене викликає існуючий дисбаланс всередині учасників ринкової інфраструктури, а наслідки його дії найбільшим чином будуть виражатись в умовах формування та функціонування сировинного сегменту аграрного ринку.

Процес виробництва завершується доведенням продукції до споживача. Реалізація продукції – це кінцева стадія кругообігу коштів підприємства, яка є його важливим показником. Рух товарів і коштів створює основу економічних відносин між виробниками, постачальниками, посередниками і покупцями. Для підприємства-виробника реалізація продукції є свідченням, що вона за споживчими властивостями, якістю та асортиментом відповідає і потребам покупців, суспільному попиту.

Система збуту товару – одна з найважливіших у маркетинговій політиці підприємства. У збутовій політиці маркетингологи піднімають питання вибору найбільш оптимального каналу збуту, форми і методу збуту товару, що при ефективному використанні цих інструментів, поза сумнівом, збільшить прибуток підприємств.

Метою збутової діяльності є доведення до споживачів конкретного товару з необхідними споживчими властивостями, у необхідній кількості, у визначеному місці, з допустимими (мінімальними) витратами. Управління збутовою діяльністю підприємства в умовах ринкової економіки більшістю учених розглядається як процес планування організації мотивації та контролю політики збуту підприємства.

Збутова політика має органічно поєднуватись з іншими елементами комплексу маркетингу: ціновою, товарною, та політикою просування. Збутова політика підприємства є комплексом заходів, спрямованих на організацію дієвої та результативної збутової мережі з метою підвищення ефективності продажу продукції. Але такі фактори, як постійне зростання витрат, що пов'язано з реалізацією продукції, посилення конкуренції на ринках збуту, підвищення вимог споживачів до якості продукції, значно посилюють значущість ефективного управління збутом у діяльності будь-якого підприємства.

Обсяг реалізації продукції це один з найважливіших показників, за допомогою якого здійснюється централізоване управління підприємством та його господарською діяльністю в цілому.

Важливу роль у виробничо-збутовій діяльності аграрних підприємств відіграє собівартість продукції. Собівартість продукції є основним фактором, що впливає на ефективність господарської діяльності (табл. 1).

Цей показник відображає ступінь використання виробничих ресурсів, рівень організації і технології виробництва, обсяг виробленої продукції. Аналіз собівартості одиниці продукції показав, що даний показник має тенденцію як до збільшення, так і до зменшення.

Таблиця 1

**Собівартість одиниці реалізованої продукції
ТОВ «Відродження», грн/ц**

Продукція	2014 р.	2018 р.	2018 р. у % до 2014 р.
Пшениця озима	111,80	277,12	247,9
Жито	98,05	-	
Кукурудза на зерно	37,59	230,60	613,4
Ячмінь ярий	260,49	182,16	69,9
Соняшник	410,38	841,91	205,2
Соя	259,93	754,72	290,4

В цілому можна стверджувати про позитивну тенденцію щодо цін реалізації продукції підприємства.

Таблиця 2

**Динаміка цін реалізації одиниці продукції
ТОВ «Відродження», грн/ц**

Продукція	2014 р.	2018 р.	2018 р. у % до 2014 р.
Пшениця озима	122,33	488,5	399,3
Жито	99,92	-	
Кукурудза на зерно	92,33	518,7	561,8
Ячмінь ярий	123,49	440,1	356,4
Соняшник	302,24	927,8	307,0
Соя	323,06	917,1	283,9

Аналіз показав, що у підприємстві протягом 2016- 2018 рр. серед продукції рослинництва збільшились обсяги реалізації лише сої майже у три рази. Обсяги реалізації видів продукції змінювались. Так, відбулось збільшення по реалізації пшениці (озимої та ярої), гороху, кукурудзи на зерно та сої. Одночасно відбулось зменшення товарної продукції гречки, проса та соняшнику.

Це свідчить про вплив на обсяги реалізації продукції різних факторів, які знаходяться як у межах особливостей сільськогосподарського виробництва, так і в межах функціонування ринкового середовища.

Таблиця 3

Динаміка товарної продукції ПСП «Маяк»

<i>Види продукції</i>	<i>2016 р.</i>	<i>2018 р.</i>	<i>Відхилення 2018 р. від 2016 р., +,-</i>
пшениця озима	4903	5948	+1045
пшениця яра	442	555	+113
ячмінь	1290	902	-338
гречка	88	1	-87
просо	31	13	-18
горох	1421	3058	+1637
кукурудза на зерно	448	912	+464
соняшник	2239	2163	-76
соя	484	623	+139

Собівартість продукції є основним фактором, що впливає на ефективність товарної політики підприємства. Цей показник відображає ступінь використання виробничих ресурсів, рівень організації і технології виробництва, обсяг виробленої продукції. Аналіз собівартості одиниці продукції показав, що на всі види досліджуваної продукції, крім картоплі, собівартість збільшилась.

З представлених даних видно, що відбуваються коливання у собівартості одиниці реалізованої продукції, яке спричинено рядом факторів як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру.

Загалом можна стверджувати, що собівартість окремих культур має різке коливання, зокрема, гречка та просо. По інших видах продукції зміни є незначними.

Таблиця 4

Динаміка собівартості реалізованої продукції
ПСП «Маяк», грн/ц

<i>Продукція</i>	<i>2015р.</i>	<i>2017р.</i>	<i>Відхилення 2017 р. від 2015 р., %</i>
пшениця озима	197,18	292,48	148,3
пшениця яра	267,25	371,29	138,9
ячмінь	230,26	358,22	155,6
гречка	139,83	90,91	65,0
просо	144,14	123,08	85,4
горох	707,86	568,72	80,3
кукурудза на зерно	85,26	291,47	341,8
соняшник	805,15	1111,82	138,1
соя	394,23	340,58	86,4

Ефективність товарної політики характеризується також таким фактором як ціна, яку готовий заплатити споживач. Вона визначається як комплекс заходів до якого належать визначення ціни, знижок, умов оплати за товари з метою задоволення потреб споживачів і забезпечення прибутку підприємства. Ціна, визначена з орієнтацією на ринок, повинна бути перевірена на те, чи покриває вона, бодай змінні витрати на виробництво та реалізацію, чи утворюється маржинальний дохід, достатній для відшкодування постійних витрат та отримання прибутку. Якщо ця умова не виконується, необхідно покращувати якісні характеристики продукції.

Проведений аналіз даних показав, що ціни реалізації у дослідженому періоді підвищились на всі види продукції. В цілому можна стверджувати про позитивну тенденцію щодо цін реалізації продукції підприємства.

Рівень реалізації товару на ринку найбільш чітко свідчить про попит на ті чи інші товари, інтереси і потреби споживачів. Вивчення їх є головним завданням для кожного підприємства. Від ринків збуту залежать обсяг продажу, середній рівень цін, виручка від реалізації продукції, сума отриманого прибутку тощо.

Таблиця 5

**Динаміка собівартості реалізованої продукції
ПСП «Маяк», грн/ц**

<i>Продукція</i>	<i>2015 р.</i>	<i>2017 р.</i>	<i>Відхилення 2017 р. від 2015 р., %</i>
пшениця озима	303,63	380,92	125,5
пшениця яра	429,54	686,88	159,9
ячмінь	326,42	451,90	138,4
гречка	372,88	90,91	24,4
просо	279,28	200,00	71,6
горох	1162,85	966,19	83,1
кукурудза на зерно	185,43	306,25	165,2
соняшник	1310,12	1727,64	131,9
соя	930,77	902,90	97,0

Аналізуючи обсяги реалізації продукції за ринками збуту, можна зробити висновок, що вся продукція була реалізована до сільськогосподарських підприємств.

Розрахунки грошових надходжень від реалізації продукції за ринками 2017 році свідчать про те, що найбільший дохід отримано від реалізації пшениці озимої. На другому місці – горох і третє місце посідає соняшник.

Проведені розрахунки відображають співвідношення ринків збуту по кожному виду продукції. Аналізуючи обсяги реалізованої продукції за напрямками реалізації, можна зробити висновок, що продукція господарства реалізовувалась лише за іншими напрямками. Просування товару на ринок передбачає поширення інформації про продукт. Просування – це всі можливі способи, які використовує підприємство (компанія) для координації дій співробітників, зв'язку з клієнтами і встановлення контактів з іншими зацікавленими сторонами.

Як видно із визначення, налагодити співробітництво необхідно не тільки з клієнтами, посередниками, партнерами, громадськими організаціями та органами державної влади, а й з усіма працівниками усіх служб підприємства. Вони чітко повинні знати про цілі і завдання бізнесу. Просування повинно здійснюватися в комплексі з трьома іншими концепціями. Вибір можливостей просування товару, співвідношення вибраних способів становитиме програму просування товарів на ринок. Програма просування - це засоби, які використовує виробник чи продавець для спілкування з клієнтами з метою завоювання їх довіри. Основні способи просування товару включають: реклама, стимулювання збуту, паблісіті, персональні продажі.

Існує чотири основні фактори, які необхідно мати на увазі при визначенні способу просування товару підприємства: розмір цільового ринку; особливості цільового ринку; вид товару; розмір бюджету, виділеного на просування. Просування товару залежить від можливостей виробника і доцільності здійснення таких витрат, оскільки кількість виділених коштів на просування товару не завжди гарантує успіх на ринку. Це питання треба вивчати досконало, аналізуючи досвід інших фірм.

Усі заходи по просуванню товарів на ринку починаються з визначення чіткого уявлення про те, чого ми хочемо досягнути. Просування товару пов'язане зі спілкуванням виробника, посередника, покупця. Це спілкування забезпечує зміни в обсягах реалізації продукції. Просування товару на ринку дозволяє учаснику надати відомості про товар, тобто повідомити про існування товару, його призначення і де його можна придбати. Наприклад, у період весняних робіт, господарство повідомляє про можливість придбання розсади овочевих культур різних термінів дозрівання або саджанців. При цьому вказується місце їх реалізації.

Сільськогосподарські підприємства часто користуються таким способом просування товару, як персональні продажі. Персональний продаж являє собою усне представлення товару в ході бесід з одним або декількома потенційними покупцями з метою удосконалення продажу.

Таким чином персональний продаж може розглядатись у двох аспектах: з одного боку — це засіб налагоджування запланованих взаємовідносин з покупцем; з іншого — безпосереднє здійснення збутових операцій. Майже неможливо знайти сільськогосподарське підприємство, яке не звертається до персонального продажу своїх товарів. Персональні продажі можуть бути ефективними і результативними лише у тому випадку, якщо торговельні представники добре поінформовані про потреби клієнтів і надають їм товари на умовах однакової вигоди. Процес продажу включає пошук потенційних клієнтів, їх класифікацію, презентацію товару, завершення продажу.

Особливу цінність для вітчизняних підприємств, які працюють в умовах жорсткої конкуренції, набуває маркетингова інформація про стан і динаміку попиту та пропозиції на конкурентному товарному ринку, а також визначення основних тенденцій, які спостерігатимуть на цьому ринку в майбутньому, що дасть змогу підприємцям розробляти адекватні конкурентні стратегії. Щоб забезпечити високу ефективність визначених видів продукції, треба підібрати ринки для її товароруху.

Важливим напрямом аналізу збутової діяльності підприємства є дослідження ринків, на яких підприємство реалізовує свою продукцію. Від ринків збуту залежать обсяг продажу, середній рівень цін, виручка від реалізації продукції, сума отриманого прибутку тощо. Управління підприємством, як цілісністю, включає в себе управління різними аспектами його діяльності, це складний процес, який охоплює функції, пов'язані з ринком, потребами клієнтів, доставкою товарів, їх цінами, комунікацію зі споживачами. Він включає дослідження, планування та прогнозування, організацію, реалізацію на практиці та контроль за проведенням заходів, розрахованих на встановлення, зміцнення та підтримку вигідних стосунків з цільовими споживачами з певною метою (одержання прибутку, зростання обсягів збуту, розширення частки ринку тощо, завдяки задоволенню їхнього попиту).

У сучасних умовах господарювання необхідною складовою успіху підприємства, зростання його конкурентоспроможності є орієнтація на прийняття концепції маркетингу, яка встановлює перевагу ринкових вимог споживача над виробничими. У цьому випадку маркетинг визначається як сукупність напрямків діяльності підприємства, що стосуються формування, оцінки стимулювання і

задоволення попиту на продукцію [1, с. 28]. Автори відомого підручника «Маркетинг» Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг, досліджуючи еволюцію концепцій управління маркетингом, визначили, що: «Концепція маркетингу відштовхується від чіткого визначення ринків збуту, орієнтуючись на вимоги споживача, координуючи усі види маркетингової діяльності, спрямованої на задоволення споживача, отримуючи прибуток від створення довгострокових відносин із споживачем» [1, с. 47].

Впровадження цієї концепції на підприємствах дозволить проводити чітке позиціонування кожного виду продукції і просування його у відповідні сегменти ринку. Проте, тут важливо враховувати і те, що жодне підприємство не зможе досягнути переваг над конкурентами за всіма характеристиками товару і шляхами доведення його до споживачів. Необхідно зробити вибір пріоритетів і, відповідно, використовуючи сильні сторони підприємства, розробити таку маркетингову стратегію, яка б у найбільшій мірі відповідала тенденціям розвитку ринкової ситуації.

Економічний ефект від використання концепції маркетингу полягає у прискоренні віддачі виробничих фондів підприємства через підвищення рівня конкурентоспроможності продукції і просування її на сегменти ринку, що можуть дати максимальну віддачу для виробника. Основними задачами підприємств, які займаються виробництвом сільськогосподарської продукції, за сучасних умов є підвищення конкурентоспроможності власної продукції, що зумовлено зростанням чисельності суб'єктів даного сегменту ринку, і, відповідно, інтенсифікація їх боротьби за споживачів.

Висновки. Зроблений аналіз впровадження концепції маркетингового управління збутовою діяльністю аграрних підприємств свідчить, що на практиці її застосування носить фрагментарний характер та існують недоліки в окремих її елементах. Переорієнтація аграрного підприємства на маркетинг вимагає від нього реалізації трьох груп заходів:

- організаційних (внесення відповідних змін в структуру і методи управління підприємством);
- адміністративно-правових (адміністративне закріплення створених функціональних відділів і служб, розробка положення про кожний відділ, штатного розпису, розподіл обов'язків між робітниками, внесення відповідних змін у Статут підприємства);
- науково-методичних (розробка рекомендацій щодо здійснення маркетингової діяльності).

В окремих випадках при їх реалізації виникають деякі проблеми щодо вибору каналів збуту, політики ціноутворення тощо. Тому необхідно мати фахівців, які б вирішували всі питання товарної, збутової, цінової, комунікаційної політики, зокрема: укладання угод по реалізації продукції, займалися аналізом ринку сільськогосподарської продукції, що дозволить покращити прибутковість виробництва і збуту продукції.

Література.

1. **Макаренко М. В.** Підвищення конкурентоспроможності промислової продукції шляхом застосування ефективної маркетингової концепції збуту. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. № 1(79). С. 26-34.
2. **Вудвуд В. В.** Резерви зниження собівартості продукції як один із напрямків підвищення ефективності функціонування підприємства. *Економіка та конкурентоспроможність підприємств*. 2013. № 46. С. 100-103.
3. **Голишова І. С.** Резерви зниження собівартості продукції. URL : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vcpi/TPtEV/2012_6/statii/17Golish.pdf.
4. **Городня Т. А.** Оптимізація собівартості продукції підприємства. URL : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvntu/21_1/326_Gor.pdf.
5. **Никифорчин М. А.** Суть та основні поняття операційної ефективності в діяльності підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2013. № 3. С. 88-92.
6. **Савицька Г. В.** Економічний аналіз діяльності підприємства. Київ : Знання, 2007. 668 с.
7. **Олексів І. Б., Фещур Р. В.** Проблеми аналізу та оцінки фінансового стану підприємства. URL : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/8496/1/51.pdf>.
8. **Трухан О. А.** Стратегічний аналіз у системі управління підприємствами. URL: https://ztu.edu.ua/ua/science/publishing/visnik/econom/1_47/27.pdf.

References.

1. **Makarenko M. V.** (2008). Pidvyshchennya konkurentospromozhnosti promyslovoyi produktsiyi shlyakhom zastosuvannya efektyvnoyi marketynhovoyi kontseptsiyi zbutu [Increasing the competitiveness of industrial products by applying an effective marketing marketing concept]. *Aktual'ni problemy ekonomiky – Actual problems of the economy*, No. 1(79), pp. 26-34 [in Ukrainian].
2. **Vudvud V. V.** (2013). Rezervy znyzhennya sobivartosti produktsiyi yak odyin iz napryamkiv pidvyshchennya efektyvnosti funktsionuvannya pidpryyemstva [Reserves of reduction of production cost as one of directions of increase of efficiency of functioning of the enterprise]. *Ekonomika ta konkurentospromozhnist' pidpryyemstv – Economy and competitiveness of enterprises*, No. 46, pp. 100-103 [in Ukrainian].

3. **Holyshova I. S.** Rezervy znyzhennya sobivartosti produktsiyi [Reserves for reducing the cost of production]. (n.d.). *archive.nbuv.gov.ua*. Retrieved from http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vcpi/TPtEV/2012_6/statti/17Golish.pdf [in Ukrainian].

4. **Horodnia T. A.** Optymizatsiya sobivartosti produktsiyi pidpryyemstva [Optimization of the cost of production of the enterprise]. (n.d.). *archive.nbuv.gov.ua*. Retrieved from http://archive.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/21_1/326_Gor.pdf [in Ukrainian].

5. **Nykyforchyn M. D.** (2013). Sut' ta osnovni ponyattya operatsiynoyi efektyvnosti v diyal'nosti pidpryyemstva [The essence and basic concepts of operational efficiency in the activity of the enterprise]. *Naukovyy visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu – Scientific Bulletin of Kherson State University*, No. 3, pp. 88-92 [in Ukrainian].

6. **Savyts'ka H. V.** (2007). *Ekonomichnyy analiz diial'nosti pidpryyemstva. [Economic analysis of enterprise activity]*. Kyiv: Znannia, p. 668 [in Ukrainian].

7. **Oleksiv I. B., & Feschur R. V.** (n.d.). Problemy analizu ta otsinky finansovoho stanu pidpryyemstva [Problems of analysis and evaluation of the financial state of the enterprise]. *ena.lp.edu.ua:8080*. Retrieved from <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/8496/1/51.pdf> [in Ukrainian].

8. **Trukhan O. L.** (n.d.). Stratehichnyy analiz u systemi upravlinnya pidpryyemstvamy [Strategic Analysis in the Enterprise Management System]. *ztu.edu.ua*. Retrieved from https://ztu.edu.ua/ua/science/publishing/visnik/econom/1_47/27.pdf [in Ukrainian].

Анотація.

Гавриленко О. В. Тенденції ефективності виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції аграрних підприємств.

У статті проведено дослідження існуючих тенденцій ефективності виробництва і збуту продукції, яка реалізується вітчизняними сільськогосподарськими підприємствами. Проведено аналіз собівартості одиниці реалізованої продукції та обсягу динаміки товарної продукції на прикладі діяльності ПСП «Маяк» та ТОВ «Відродження». Визначено ключові фактори, які впливають на збутову діяльність аграрних підприємств. Запропоновано заходи щодо збільшення обсягів продаж сільськогосподарської продукції в сучасних економічних умовах. Відзначено роль концепцій маркетингу у підвищенні ефективності реалізації аграрних підприємств.

Ключові слова: ефективність, виробництво, реалізація, аграрне підприємств, сільськогосподарська продукція.

Аннотация.

Гавриленко А. В. Тенденции эффективности производства и реализации сельскохозяйственной продукции аграрных предприятий.

В статье проведено исследование существующих тенденций эффективности производства и сбыта продукции, реализуемой отечественными сельскохозяйственными предприятиями. Проведен анализ себестоимости единицы реализованной продукции и объема динамики товарной продукции на примере ПСП «Маяк» и ООО «Возрождение».

Определены ключевые факторы, влияющие на сбытовую деятельность аграрных предприятий. Предложены мероприятия по увеличению объемов продаж сельскохозяйственной продукции в современных экономических условиях. Отмечена роль концепции маркетинга в повышении эффективности реализации аграрных предприятий.

Ключевые слова: *эффективность, производство, реализация, аграрное предприятие, сельскохозяйственная продукция.*

Abstract.

Gavrilenko O. V. Trends in efficiency of production and sale of agricultural products of agricultural enterprises.

The article examines the existing trends in the efficiency of production and marketing of products sold by domestic agricultural enterprises. The cost of the unit of sold products and the volume of dynamics of commodity products are analyzed on the example of the activity of PJSC «Mayak» and LLC «Renaissance». The key factors that influence the marketing activities of agricultural enterprises are identified. Measures are proposed to increase the sales of agricultural products in today's economic environment. The role of marketing concept in improving the efficiency of agricultural enterprises realization is noted.

Key words: *efficiency, production, sales, agricultural enterprises, agricultural products.*

UDC 331.58:613

**FORMATION AND DEVELOPMENT OF PROFESSIONAL
COMPETENCES OF MEDICAL WORKERS**

***REMYNYAK I., SEMENENKO A., SEMENENKO N., APPLICANTS,
KHARKIV PETRO VASYLENKO NATIONAL TECHNICAL
UNIVERSITY OF AGRICULTURE***

The actuality of the subject. Systematic modernization of the national healthcare sector, focused on improving the technological level and quality of medical services in accordance with the strategic needs of our country and the world-wide current trends in the development of the medical sector, as a key condition for the implementation of innovative decisions in the healthcare sector determines the training of specialists on the basis of principles of competitive labor market. In this regard, a fundamentally new approach to the process of training and professional development of medical personnel is being formed, which involves the active involvement of the professional community in the educational process in order to smooth the emerging contradictions between the competences acquired in the institution and the requirements of the professional environment.

The most difficult is the problem of the formation of the necessary professional competences in health care workers, due to the constant complication of the equipment used and the updating of technologies for the

provision of medical services, as well as the public nature of the functioning of the field, in which the reproduction of labor with certain qualitative characteristics, is of particular value. The relevance of this area of research is complemented by the need to develop proposals for the formation and development of professional competencies of medical professionals in terms of competitiveness and global tendency of standardization of innovation processes in the public sector.

Continuous training in the system of purposeful management of the development of human resources of medical institutions implies constant assessment of the set of professional knowledge, skills and skills of employees. Currently, there is a great deal of research on assessing the level of professional competence of healthcare professionals. However, the methods used are poorly aligned with the principles of competitiveness, not linked to a single career-building system, or consistent with strategic guidelines for the development of health care facilities and the national health care system as a whole. These circumstances make it necessary to develop proposals for the formation and development of the professional competence of healthcare professionals in these positions. The set of these problems determines the relevance of the chosen topic of our research.

The analysis of the land research and publications. The area of this research is an interdisciplinary field where the interests of researchers of problems of qualitative improvement and updating of mechanisms of the system of advanced training of medical personnel intersect; questions of formation, development and evaluation of professional competencies of medical professionals; certain aspects of functioning of the competitive labor market, etc.

General conceptual problems of innovative transformations in the system of medical personnel training are presented in the works of Barkovskaya G., Vitenko I., Voronenko Y., Latysheva E., Lysi G., Mishchuk G., Nosulich T., Shevchuk L. and others. Theoretical studies of certain aspects of functioning of the competitive labor market are covered in the studies of foreign and domestic scientists J. Atkinson, D. Bohini, O. Gridin, O. Grishnova, P. Zhuravlova, V. Zakharchenko, S. Zaika, V. Kozar, Y. Krushelnytska, O. Novikov, V. Onykenko, T. Pepi, V. Prymak, U. Sadova, G. Standing, J. Hicks, J. Ehrenberg and many others. In their work, scientists pay attention to various aspects of the formation and development of human resources in general and health care in particular.

The aim of the article. The purpose of the work is to develop proposals for the formation and development of professional competences of health care workers in today's competitive environment.

The object of research is the labor resources of health care institutions in the context of tasks of formation and development of professional competencies of medical workers, increasing their competitiveness.

The presentation of the basic material. Maintaining a health care system to ensure the proper level of health for its citizens is usually a priority of the state. This implies the need for the proper development of this field, especially the human resources as its main component. With the transformation of the health care society, there are dynamic changes in the number of employees, deep quantitative and qualitative shifts in the structure of human resources, largely due to the growing needs for medical services, the need to expand their range and increase the level of service to the population [12].

Analysis of labor potential as a form of manifestation of human potential allows in the complex to consider the totality of its socio-economic, organizational-managerial, professional-technical, ideological-moral, psychophysical capabilities, to determine the system of quantitative and qualitative indicators of human potential, to conduct analysis on macro-, meso- and micro-levels, to find out what factors influence the process of its formation and implementation. This approach allows defining the essence of personnel potential as a category that reflects the socio-economic relations that arise at all stages of the movement of the human factor – from the formation to full realization of the employment opportunities of an individual or an aggregate employee in the process of economic activity [6, 7].

The term "personnel potential" is often used in the research of scientists as a synonym for the concept of "manpower". Some researchers equate the quantitative characterization of human resources with the number of human resources; others specify that labor resources are considered in the unity of quantitative and qualitative aspects. We cannot agree with this, since labor resources are only quantitative and related to the sphere of social production, and human resources are to the point of socially useful activity in general. The number of manpower is determined by the count of able-bodied individuals in working age and working people before and beyond this age. Personnel potential differs from labor resources in the first place in that it represents the essence of man (his substance as a social being), which characterizes him as a possible subject of employment. An individual as a potential subject of work should not only have the appropriate abilities, but also the ability to use them properly [5, 8, 12].

In terms of human resources, labor and the aggregate worker act as specific carriers (in the first case - the human resources of society, and in the second – economically active share of the population), and the whole population – as a demographic basis of reproduction. As a result, many quantitative and qualitative characteristics of human resources and human resources coincide.

With regard to the workforce, which is directly influenced by all factors of objective and subjective nature, it is regarded primarily as a capacity for work, as a set of physical and spiritual abilities of a person used in industrial activity. The basis of the individual workforce is the ability to work, i.e. health, knowledge, skills that enable you to do some work. Workforce - the category is much narrower because it does not reflect all the capabilities embedded in the potential and cannot function outside of production.

Personnel potential is an element of nature, life, so it is not something frozen but constantly changing under the influence of the economic environment. Market conditions often require qualitative refinement of individual components of human resources, which in turn affects quantitative performance.

Thus, human potential is a complex socio-economic phenomenon, which has its structure, spatial and temporal orientation is present in different forms simultaneously.

Personnel potential refers to the ability of the population to allocate from their environment a workforce of a certain level of activity and efficiency, which is realized or can be realized in the national economy and be competitive in the labor market [9, 15].

Human potential of a person is a part of his potential as a person, that is, in relation to the individual; the human potential is a part of the potential of a person, which is formed on the basis of natural abilities, education, training and life experience.

A study of the current state of health care potential indicates the multifaceted nature of the problem of creating a highly skilled workforce in the national healthcare system. Accelerated rates of social development, which determine the new requirements for the level, quality and way of life of the population, also lead to a change in the understanding of the place and role of the health care worker. That is why the system of training for the medical field must meet not only the needs of health care but also the society as a whole. Issues of formation and development of professional competencies of medical workers in the modern conditions of modernization of this sphere and priority state tasks of improving the quality of life as a necessary condition for the progress of modern society are widely covered in the works of G. Barkovskaya. It proposed the definition of the essence of the terminological design "personnel potential of medical professionals", defined the main qualitative characteristics of the personnel potential and features of its reproduction in the healthcare sector, correlated the categories: "labor resources", "personnel potential", "personnel potential", "Human capital" (Fig. 1) [1, 14].

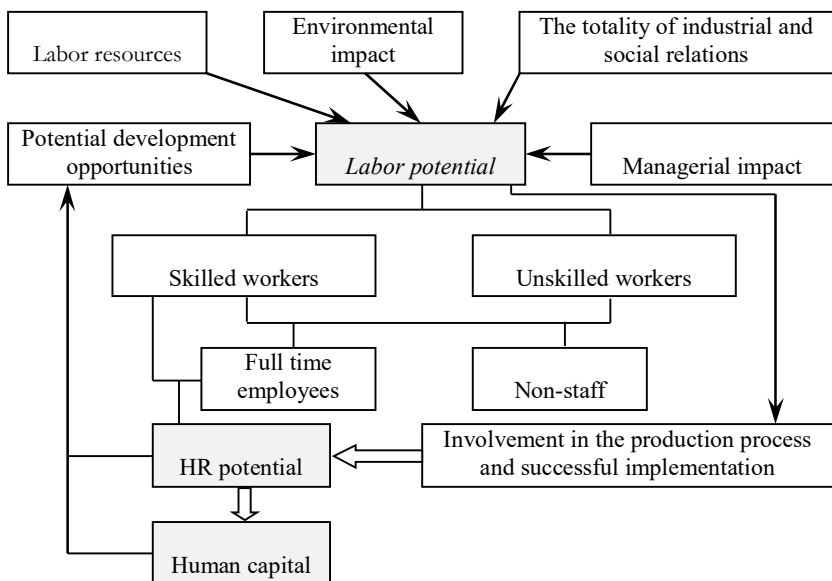


Fig. 1. The ratio of the categories of «labor resources», «labor potential», «human resources» and «human capital»

Therefore, under the staffing potential of a healthcare facility, the capacity of healthcare facilities to fully deliver the full range of high quality health care services through the effective use of modern medical equipment and technology is understood. In this case, it is included in the provision of services and successfully implemented human resources are transformed into human capital. Human capital is able to accumulate and generate income. That is, the formation of human capital is related to the process of capitalization of human resources [10, 11].

The study of the qualitative characteristics of the human resources of the medical sector provides for the expediency of introducing the concept of "quality of workforce in the medical sphere" into scientific circulation, which is considered as an integral characteristic of the human resources potential, which includes quantitative and qualitative indicators reflecting:

- competent the professional characteristics of the health care worker related to the performance of his/her duties, determined by the specifics of external and internal factors;
- motivational characteristics of activities, the level of which indicates the orientation to self-development and self-expression in combination with the social and moral values of health care workers;

– productive indicators reflecting the level of satisfaction of the population with the quality of health care delivery, as well as objective indicators of the state of health of citizens [2].

The problem of formation of qualitative characteristics of personnel potential of medical workers is considered through the prism of the processes of its reproduction, that is, from the point of view of the totality of various connections and interactions of economic entities that carry out the consistent transformation of labor resources - medical workers – into human capital, allocation, exchange and utilization of human resources.

Therefore, in the system of formation of human resources there is a need for continuous improvement of the level of qualification, professional self-development of medical workers, conditioned by the fast pace of development of medical technologies. Nowadays, at the stage of realization of the human resources potential of health care workers, the main problem is the low connection of the current system of motivation with the real contribution of the employee to the results of work, the level of his workload, the quality of the medical service provided. At the stage of distribution of personnel potential of medical professionals, the main problem is related to the imbalance in the provision of health care facilities by healthcare professionals with the necessary professional qualifications. The problems of the stage of exchange in the process of reproduction of the human resources of medical workers are connected with the necessity to create such material and intangible conditions of activity of the medical worker, which would ensure the reproduction of his working capacity with adequately spent efforts.

Thus, the achievement of the goals of health modernization determines the intensive way of reproducing the human resources of the medical sector, which is possible on the basis of the implementation of the following measures:

- development of institutional mechanisms that stimulate the integration of the state, science and business in the training of health care professionals to increase the level of competence of health care workers;

- development of mechanisms for interaction of strategies and programs of development of medical institutions and health care system with programs of regional development;

- creation of mechanisms for securing highly qualified medical personnel in the peripheral territories in order to stimulate the processes of modernization in the healthcare system [2, 3, 14].

Output. Innovation, technical re-equipment and upgrading of technologies in the field of health care - a prerequisite for an intensive way of reproduction of human resources potential, based on the interaction of health care institutions, institutions of higher education, scientific institutions and manufacturers of medical equipment in the formation and development of professional competencies of medical professionals.

Formation and development of professional competencies of health care workers, conditioned by the public nature of health care services, which distinguishes it from other sectors of the national economy and influences the choice of form of implementation of human resource management practices, which should be synchronized with the practice of health service delivery within the framework of a balanced management model.

Provision of training for health care professionals of innovative type with the necessary professional competences, focused on continuous improvement of their professional level and career development should occur in accordance with the strategic plan of development of each specific medical institution and health care system of the country as a whole.

Literature.

1. **Барковская Г.Ю.** Инструментарий формирования и развития профессиональных компетенций медицинских работников / **Г.Ю. Барковская** // *Ресурсное обеспечение стратегического развития Юга России: методология и механизмы управления: Матер. Междунар. конф. Ростов-на-Дону, 19-21 мая 2017 г.* / Под. общей ред. проф. Матвеевой Л.Г. – Ростов-на-Дону: Изд-во ЮФУ, 2017. – С. 209-219.

2. **Барковская Г.Ю.** Проблемы воспроизводства и повышения качества медицинских кадров / **Г.Ю. Барковская** // *Актуальные вопросы экономики и финансов в условиях современных вызовов российского и мирового хозяйства: Матер. III Между-нар. науч.-практ. конф., 25 ноября 2015 г.* Самара. – С. 19-22.

3. **Вітенко І.С.** Психологічні проблеми підготовки медичних кадрів в Україні / **І.С. Вітенко** // *Журнал психіатрії і медичної психології.* – 1995. – № 1. – С. 22-26.

4. **Вороненко Ю.В.** Менеджмент та лідерство в медсестринстві / **Ю.В. Вороненко, О.Ш. Литвинова.** – Тернопіль : Укрмедкнига, 2001. – 367 с.

5. **Заїка С.О.** Управління інтелектуальним капіталом як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємства / **С.О. Заїка, О.В. Грідін** // *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки.* – Харків : ХНТУСГ, 2016. – Вип. 177. – С. 176-186.

6. **Заїка С.О.** Фактори формування інноваційного потенціалу підприємств / **С.О. Заїка** // *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка.* - Том 20. – Випуск 6. – 2015. – С. 94-97.

7. **Козар В.В.** Проблеми формування та використання трудового потенціалу регіону: теоретико-методологічний аспект / **В.В. Козар** // *Наукові студії (культура, освіта – антропоцентричні парадигми і сучасний світ). Філософія. Філологія. Педагогіка. Економіка.* – Київ, Буча: Міленіум. – 2013. – №1. – С. 633-652.

8. **Козар В.В.** Стратегічні напрямки збереження та розвитку трудового потенціалу / **В.В. Козар** // *Проблеми і перспективи економіки та управління: науковий журнал.* – К.: ЧНТУ. – 2015. – №4(4). – С. 101-108.

9. **Латишев Є.Є.** Управління кадровими ресурсами вітчизняної галузі охорони здоров'я на шляху до європейської інтеграції / **Є.Є. Латишев** // *Одеський медичний журнал.* – 2005. – № 1(87). – С. 109-115.

10. **Лиса Г.І.** Трудовий потенціал установ охорони здоров'я і його формування в умовах ринкової економіки / **Г.І. Лиса** // *Формування економічних відносин в умовах ринку* / Зб. наук. пр. під ред. Фаріона І.Д. – Тернопіль: Ек. Думка, 1998. – С. 292-295.

11. **Мазнев Г.Є.** Сутнісна характеристика інтелектуального капіталу / **Г.Є. Мазнев, С.О. Зайка, О.В. Грідін** // *Науково-практичний журнал «Причорноморські економічні студії».* – 2016. – Вип. 10. – С. 36-47.

12. **Носуліч Т.М.** Кадровий потенціал системи охорони здоров'я: проблеми та перспективи розвитку / **Т.М. Носуліч** // *Управління соціально-економічними процесами.* – Вип. 1. – 2006. – С. 173-179.

13. **Чернова О.А.** Модель профессиональной конкурентоспособности медицинских работников / **О.А. Чернова, Г.Ю. Барковская** // *Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии.* – 2017. – № 4-6 (42). – С. 127-131.

14. **Шевчук А.Т.** Медико-соціальні аспекти використання трудового потенціалу: регіональний аналіз і прогноз / **А.Т. Шевчук**. – Л.: ІРД НАН України, 2003. – 489 с.

References.

1. **Barkovskaya G.Yu.** (2017). Instrumentariy formirovaniya i razvitiya professional'nykh kompetentsiy meditsinskikh rabotnikov [Toolkit for the formation and development of professional competencies of medical workers]. Resource support for strategic development of the South of Russia: methodology and management mechanisms: *Resursnoye obespecheniye strategicheskogo razvitiya Yuga Rossii: metodologiya i mekhanizmy upravleniya: Mater. Mezhdunar. konf. Rostov-na-Donu, 19-21 maya 2017 g.* – *Materials Int. conf. Rostov-on-Don, May 19-21, 2017.* L.G. Matveyeva (Ed.). (pp. 209-219). Rostov-na-Donu: Izd-vo YUFU [in Russian].

2. **Barkovskaya G.Yu.** (2015). Problemy vosproizvodstva i povysheniya kachestva meditsinskikh kadrov [Problems of reproduction and improving the quality of medical personnel]. Actual problems of economics and finance in the face of modern challenges of the Russian and world economy: *Mater. III Mezhdunar. nauch.-prakt. konf., 25 noyabrya 2015 g.* – *Materials III Intern. scientific-practical Conf., November 25, 2015,* (pp. 19-22). Samara [in Russian].

3. **Vitenko I.S.** (1995). Psykholohichni problemy pidhotovky medychnykh kadriv v Ukraini [Psychological problems of medical training in Ukraine]. *Zhurnal psykhiiatriyi i medychnoyi psykholohiyi – Journal of Psychiatry and Medical Psychology*, No. 1, pp. 22-26 [in Ukrainian].

4. **Voronenko Yu.V., & Lytvynova O.Sh.** (2001). *Menedzhment ta liderstvo v medsestrynstvi [Management and leadership in nursing]*. Ternopil': Ukrmedknyha, p. 367 [in Ukrainian].

5. **Zaika S.O., & Gridin O.V.** (2016). Upravlinnya intelektual'nym kapitalom yak chynnyk zabezpechennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [Management of intellectual capital as a factor of ensuring the competitiveness of the enterprise]. *Visnyk KHNTUSH: Ekonomichni nauky – Bulletin of Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*. Kharkiv : KNTUA, issue. 177. pp. 176-186 [in Ukrainian].

6. **Zaika S.O.** (2015). Faktory formuvannya innovatsiynoho potentsialu pidpryyemstv [Factors of formation of innovative potential of enterprises]. *Visnyk Odes'koho natsional'noho universytetu. Seriya: Ekonomika – Bulletin of the Odessa National University. Series: Economics*, Vol. 20., Issue 6, pp. 94-97 [in Ukrainian].

7. **Kozar V.V.** (2013). Problemy formuvannya ta vykorystannya trudovoho potentsialu rehionu: teoretyko-metodolohichnyy aspekt [Problems of Formation and Utilization of the Labor Potential of the Region: Theoretical and Methodological Aspect]. *Naukovi studiyi (kul'tura, osvita – antropotsentrychni paradyhmy i suchasnyy svit). Filosofiya. Filohohiya. Pedahohika. Ekonomika – Scientific Studies (Culture, Education - Anthropocentric Paradigms and the Modern World). Philosophy. Philology. Pedagogy. Economy*. Kyiv, Bucha: Milenium, No. 1, pp. 633-652 [in Ukrainian].

8. **Kozar V.V.** (2015). Stratehichni napryamky zberezheniya ta rozvytku trudovoho potentsialu [Strategic directions of preservation and development of labor potential]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnya: naukovyy zhurnal – Problems and prospects of economics and management: scientific journal*. Kyiv: CHNTU, No. 4(4), pp. 101-108 [in Ukrainian].

9. **Latyshev Ye.Ye.** (2005). Upravlinnya kadrovymy resursamy vitchyznyanoyi haluzi okhorony zdorov'ya na shlyakhu do yevropeys'koyi intehtratsiyi [Managing the human resources of the national healthcare sector on the path to European integration]. *Odes'kyy medychnyy zhurnal – Odessa Medical Journal*, No. 1(87), pp. 109-115 [in Ukrainian].

10. **Lysa H.I.** (1998). Trudovyy potentsial ustanov okhorony zdorov'ya i yoho formuvannya v umovakh rynkovoyi ekonomiky [Labor potential of health care institutions and their formation in a market economy]. *Formuvannya ekonomichnykh vidnosyn v umovakh rynku – Formation of economic relations in market conditions*. Farion I.D. (Ed.). Ternopil' : Ek. Dumka, pp. 292-295 [in Ukrainian].

11. **Maznev G.E., Zaika S.O., & Gridin O.V.** (2016). Sutnisna kharakterystyka intelektual'noho kapitalu [Essential characteristics of intellectual capital]. *Naukovo-praktychnyy zhurnal «Prychornomors'ki ekonomichni studiyi» – Black Sea Economic Studies Scientific and Practical Journal*, Issue. 10, pp. 36-47 [in Ukrainian].

12. **Nosulich T.M.** (2006). Kadrovyy potentsial systemy okhorony zdorov'ya: problemy ta perspektyvy rozvytku [Personnel potential of the health care system: problems and prospects]. *Upravlinnya sotsial'no-ekonomichnymy protsesamy – Management of socio-economic processes*, Issue 1, pp. 173-179 [in Ukrainian].

13. **Chernova O.A., & Barkovskaya G.Yu.** (2017). Model' professional'noy konkurentosposobnosti meditsinskikh rabotnikov [Model of professional competitiveness of medical workers]. *Konkurentosposobnost' v global'nom mire: ekonomika, nauka, tekhnologii – Competitiveness in the Global World: Economy, Science, Technology*, No. 4-6 (42), pp. 127-131 [in Russian].

14. **Shevchuk L.T.** (2003). Medyko-sotsial'ni aspekty vykorystannya trudovoho potentsialu: rehional'nyy analiz i prohnoz [Medico-social aspects of the use of labor potential: regional analysis and prognosis]. L'viv: IRD NAN Ukrainy, p. 489 [in Ukrainian].

Анотація.

Реміняк І.В., Семененко А.В., Семененко Н.О. Формування і розвиток професійних компетентностей медичних працівників.

Реалізація цілей підвищення технологічного рівня і якості надання медичних послуг в умовах інноваційного розвитку сфери охорони здоров'я неможлива без підвищення ефективності формування і розвитку професійних компетентностей медичних працівників та підвищення їх конкурентоспроможності на ринку праці. Особливе значення має формування необхідних професійних компетентностей у медичних працівників, в зв'язку з постійним удосконаленням медичного обладнання та оновленням технологій надання медичних послуг.

В статті досліджуються питання модернізації системи охорони здоров'я, яка передбачає інтенсивний шлях відтворення кадрового потенціалу; розглядаються головні проблеми формування і розвитку професійних компетенцій медичних кадрів відповідно до потреб та умов інноваційного розвитку.

Встановлено, що забезпечення підготовки медичних працівників інноваційного типу з необхідними професійними компетентностями, які орієнтовані на безперервне підвищення професійного рівня та кар'єрне зростання повинно відбуватись в відповідності до стратегічного плану розвитку як кожного конкретного медичного закладу, так і системи охорони здоров'я в країні цілому.

Ключові слова: професійні компетентності, кадровий потенціал, трудові ресурси, медичні працівники, сфера охорони здоров'я, ефективний розвиток, конкурентоспроможність.

Аннотация.

Реминяк И.В., Семененко А.В., Семененко Н.А. Формирование и развитие профессиональных компетенций медицинских работников.

Реализация целей повышения технологического уровня и качества предоставления медицинских услуг в условиях инновационного развития сферы здравоохранения невозможна

без повышения эффективности формирования и развития профессиональных компетенций медицинских работников и повышение их конкурентоспособности на рынке труда. Особое значение имеет формирование необходимых профессиональных компетенций у медицинских работников, в связи с постоянным совершенствованием медицинского оборудования и обновлением технологий предоставления медицинских услуг.

В статье исследуются вопросы модернизации системы здравоохранения, которая предусматривает интенсивный путь воспроизводства кадрового потенциала; рассматриваются главные проблемы формирования и развития профессиональных компетенций медицинских кадров в соответствии с потребностями и условиями инновационного развития.

Установлено, что обеспечение подготовки медицинских работников инновационного типа с необходимыми профессиональными компетенциями, которые ориентированы на непрерывное повышение профессионального уровня и карьерный рост должен происходить в соответствии со стратегическим планом развития как каждого конкретного медицинского учреждения, так и системы здравоохранения страны в целом.

Ключевые слова: *профессиональные компетентности, кадровый потенциал, трудовые ресурсы, медицинские работники, сфера здравоохранения, эффективное развитие, конкурентоспособность.*

Abstract.

Remynyak I., Semenenko A., Semenenko N. Formation and development of professional competences of medical workers.

Achieving the goals of improving the technological level and quality of medical services in the conditions of innovative development of the healthcare sector is impossible without increasing the efficiency of formation and development of professional competencies of medical workers and increasing their competitiveness in the labor market. Of particular importance is the formation of the necessary professional competences in health care professionals, in connection with the continuous improvement of medical equipment and the updating of technologies for the provision of medical services.

The article explores the issues of modernization of the health care system, which envisages an intensive way of reproduction of human resources potential, discusses the main problems of formation and development of professional competencies of medical personnel in accordance with the needs and conditions of innovative development.

It is established that the provision of training of innovative type of health care professionals with the necessary professional competences, which are focused on continuous professional development and career development, should be carried out in accordance with the strategic plan of development of each specific medical institution and the healthcare system as a whole.

Key words: *professional competences, human resources, human resources, healthcare professionals, healthcare, effective development, competitiveness.*

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ ПІДПРИЄМСТВА

***НАСІБОВА О.В., К.Е.Н., ШИПЕНКО А.А., ЗДОБУВАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства є важливою характеристикою не тільки для управлінського апарату з метою визначення досягнутих фінансових результатів та запоруки сталого розвитку, а й для багатьох учасників ринку, які взаємодіють з суб'єктом господарювання. Фінансовий стан відображає ефективність економічної діяльності суб'єкта господарювання, а його оцінка, яка здійснюється за допомогою методів фінансового аналізу на основі бухгалтерської (фінансової) звітності підприємства, дозволяє своєчасно оптимізувати використання фінансових ресурсів. В умовах ринкової економіки фінансовий стан підприємства розкриває не лише ступінь його життєдіяльності, а й потужність чинників розвитку, які акумулюються в його стійкість (стабільність).

Традиційна практика аналізу фінансового стану підприємства опрацювала певні прийоми та методи його здійснення, але й досі немає уніфікованої класифікації прийомів і методів економічного аналізу взагалі та фінансового аналізу зокрема. Найчастіше використовують класифікації, де відокремлюються неформалізовані та формалізовані методи аналізу.

В останні роки найбільшого поширення набули методики, що надають можливість інтерпретації результатів оцінки фінансової діяльності на основі одного узагальнюючого показника. Проте їх різноманіття, відсутність певної систематизації, чіткого алгоритму здійснення розрахунків та умов застосування ускладнюють їх використання у практичній діяльності підприємств. До того ж, суттєвою проблемою використання більшості методик є відсутність нормативних значень фінансових показників, що враховують галузеві особливості функціонування підприємств. Статичність фінансового аналізу, непридатність деяких методів, що дієві на заході, до умов господарювання в нашій країні, низький рівень інформативності фінансової звітності вимагають додаткових досліджень з цієї тематики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та методичні засади оцінювання фінансової діяльності підприємства вже не раз ставали предметом дослідження таких науковців як О. Ареш'єва, Л. Білик, Ф. Бутинець, Д. Городинська, В. Івахненко, Л. Кириченко, Л. Лахтіонова, Є. Мних, Т. Обущак, А. Поддєрьогін, Г. Савицька, В. Сопко, О. Терещенко, С. Шкарабан, А. Череп та інші. Проте все одно стоїть необхідність класифікації методик залежно від мети здійснення досліджень на основі накопиченого досвіду.

Формулювання цілей статті. Проведення систематизації методичних підходів щодо оцінювання фінансової діяльності підприємства залежно від мети її здійснення, а також представлення методичних підходів адаптованих до сучасних умов ведення вітчизняного підприємництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вимірювання причинно-наслідкових взаємозв'язків у фінансовому аналізі, оцінювання результатів впливу різних факторів на підсумкові показники, первинне оброблення вихідної інформації здійснюють за допомогою спеціальних способів, методів і технічних прийомів. Вони є найважливішими елементами методики у фінансовому аналізі.

Аналізуючи існуючі погляди на фінансову діяльність та стійкість підприємства, а також її показники, можна виділити декілька традиційних методик її оцінки: що засновуються на аналізі балансу; що базуються на неформальних, інтуїтивних підходах; що є узагальненими за досвідом розв'язання подібних задач; методи експертних оцінок, економіко-математичні методи тощо.

Методи фінансового аналізу – це комплекс науково-методичних інструментів та принципів дослідження фінансового стану підприємства. В економічній теорії та практиці існують різні класифікації методів фінансового аналізу. Перший рівень класифікації відокремлює неформалізовані та формалізовані методи аналізу (рис. 1).

Формалізовані методи аналізу побудовані на жорстко формалізованих аналітичних залежностях між показниками. Формалізовані методи залежно від використання математичного апарату поділяють на кілька підвидів: традиційні методи – за їх допомогою здійснюється первісне аналітичне оброблення інформації; методи детермінованого факторного аналізу використовуються, коли існує функціональна залежність між показниками; методи

ймовірнісного факторного аналізу – використовуються для вивчення зв'язку, коли існує імовірнісна залежність між показниками.



Рис. 1. Класифікація методів фінансового аналізу підприємства

Неформалізовані методи аналізу ґрунтуються на описуванні аналітичних процедур на логічному рівні та характеризуються певним суб'єктивізмом, оскільки в них велике значення мають інтуїція, досвід та знання аналітика.

Характерні особливості основних методів оцінювання фінансового стану підприємства наведені в табл. 1

Таблиця 1

Характеристика основних методів оцінювання фінансового стану підприємства

<i>Методи</i>	<i>Характеристика</i>
Оцінка фінансового стану з використанням абсолютних показників	Може бути використана для оцінки окремих сторін фінансового стану: для характеристики рівня фінансової стійкості з боку прибутковості підприємства на основі використання результатів маржинального аналізу; визначення типів фінансової стійкості за критерієм стабільності джерел покриття запасів.
Метод фінансових коефіцієнтів	Передбачає розрахунок певних показників, що характеризують фінансову стійкість, платоспроможність і ліквідність, рентабельність (прибутковість) діяльності, майновий стан та ділову активність. Склад і алгоритм розрахунку коефіцієнтів досить різноманітний і залежить від обраної методики, що затверджена нормативними документами або упорядкована певними науковцями
Рейтингова оцінка	Полягає у класифікації підприємств за певними ознаками, виходячи з фактичного рівня показників фінансового стану і рейтингу кожного показника. Перевагою є можливість ранжування ряду підприємства за обраною ознакою
Бальна оцінка	Полягає в проведенні аналізу фінансових коефіцієнтів шляхом порівняння отриманих значень із нормативними величинами і отриманні узагальнюючого показника, вираженого в балах. Така оцінка передбачає використання «рознесення» цих значень за зонами віддаленості від оптимального значення.
Матрична оцінка	Базується на побудові сукупності фінансових показників, яка перетворюється на матрицю стандартизованих коефіцієнтів. Надає змогу здійснювати порівняльну рейтингову оцінку за певними показниками. З іншого боку може використовуватися при складанні матричних балансів, балансів грошових надходжень і витрат
Інтегральна оцінка	Результатом проведення оцінки є визначення інтегрального показника на основі застосування різноманітних методів підходів. При цьому інтегральний показник може характеризувати як окремі складові, так і в цілому фінансовий стан підприємства
Дискримінантні моделі	Дозволяють визначити вірогідність настання банкрутства на основі розробки и використання інтегральної моделі аналізу фінансового стану підприємства. Виділяють одно факторні (наприклад коефіцієнт Бівера, Вейбеля) та багатофакторні (прикладом є модель Альтмана, Ліса, Таффлера, Спрінгейта, Савицької та Терещенко) моделі

В першу чергу для оцінювання фінансового стану підприємства потрібно окреслити мету та визначити завдання для його здійснення. Варто зазначити, що частіше всього оцінка фінансової діяльності внутрішніми службами підприємства здійснюється з метою впровадження конкретних заходів щодо його зміцнення, а також виявлення основних напрямів подальшого розвитку підприємства. З іншої сторони, постійним завданням є діагностування банкрутства підприємства, що дозволяє вчасно запобігти небажаним наслідкам у рамках функціонування системи раннього попередження і реагування в процесі здійснення фінансової, а також і господарської діяльності.

Зовнішня оцінка може проводитися як акціонерами, кредиторами, інвесторами, так і податковими органами та підприємствами-партнерами та інше. Найчастіше вона застосовується для оцінки кредитоспроможності та платоспроможності підприємства, адже в сучасних умовах зростає потреба підприємств у позичковому капіталі та здатності «втриматися на плаву».

В сучасній економічній літературі зустрічається фінансовий аналіз, який проводиться як експрес-аналіз, так і комплексний. Проте більшість науковців, а також практиків надають перевагу експрес-аналізу, що здійснюється на основі обмеженої кількості розрахунків, за допомогою яких надається об'єктивна оцінка досліджуваного напрямку, яка дозволяє прийняти обґрунтовані управлінські рішення. Перевагою комплексного аналізу є можливість всебічно оцінювати фінансовий стан підприємства на основі дослідження сукупності різних параметрів, що різнобічно характеризують фінансову та господарську діяльність.

Основною відмінністю між експрес-аналізом і комплексним аналізом фінансового стану є ступінь деталізації аналітичних розрахунків. В той же час комплексний аналіз дозволяє всебічно оцінити фінансовий стан підприємства на основі одночасного та узгоджуваного вивчення сукупності різних параметрів, що всебічно характеризують фінансово-господарську діяльність.

За традиційною практикою аналізу фінансового стану підприємства виділяють такі загальні методики, якими може скористуватися фінансовий аналітик: горизонтальний аналіз, вертикальний (структурний) аналіз, трендовий аналіз, аналіз відносних показників (коефіцієнтів), порівняльний аналіз та факторний аналіз. Кожен науковець обґрунтовує власне бачення інтегрованих методик оцінки фінансового стану підприємства (табл. 2).

Інтегровані методики фінансового стану підприємства

<i>Автор</i>	<i>Зміст підходу</i>
І.М. Сафронська, Г.С. Белай	проведення комплексної оцінки фінансового стану підприємства за допомогою розрахунку інтегрального показника
В.С. Михайлов, О.Б. Хотетовська	оцінка фінансового стану за допомогою рейтингової експрес-оцінки шляхом порівняння досліджуваного підприємства за показниками рентабельності, ефективності управління, ділової активності, ринкової стійкості, ліквідності з еталонним підприємством
С.О. Іщук	пропонує використати три інтегральних показники: результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності та результат фінансово-господарської діяльності
Т.М. Бойчак	розрахунок інтегрального показника здійснювати виходячи зі стану фінансової стійкості і платоспроможності підприємства
А.О. Музиченко	Пропонує використання методу головних компонентів, що дозволить виявити латентні першопричини, які пояснюють кореляції між ознаками та змістовно інтерпретуються при рейтинговій оцінці фінансового забезпечення розвитку підприємства

Найбільш вживаним у практиці підприємства є метод фінансових коефіцієнтів. Як правило, оцінка проводиться за групами показників фінансової стійкості, майнового стану, платоспроможності і ліквідності, прибутковості та ділової активності. Класифікація груп, їх склад та методика розрахунку показників, що є закріпленими у нормативних документах, а також представлених у різноманітних наукових доробках, істотно різняться, що обумовлює відсутність єдиного підходу для оцінки фінансової діяльності.

У вітчизняній практиці найчастіше науковці застосовують три основні методи: метод комплексної оцінки, коефіцієнтний метод та інтегральний.

Комплексна оцінка фінансового стану підприємства передбачає визначення економічного потенціалу суб'єкта господарювання або дає змогу забезпечити ідентифікацію його місця в економічному середовищі. При визначенні комплексної оцінки повинні враховуватися найважливіші показники фінансово-господарської діяльності підприємства. У цю процедуру необхідно включати аналіз ділової активності, показників рентабельності, платоспроможності, ефективності використання фінансових і виробничих ресурсів та інші параметри комплексної оцінки фінансового стану підприємства.

Коефіцієнтний аналіз (аналіз відносних показників (коефіцієнтів)) – проводиться за допомогою розрахунку відношень між окремими позиціями звіту або позиціями різних форм звітності, визначення взаємозв'язків показників; при аналізі фінансових коефіцієнтів їхні значення зіставляють з базовими величинами, а також вивчають динаміку за звітний період і за кілька суміжних звітних періодів. Такий метод розкриває усі напрями діяльності підприємства та враховують фактори внутрішнього і зовнішнього впливу на фінансовий стан підприємства.

За допомогою інтегрального методу можна спостерігати за зміною одного інтегрального показника в динаміці, що істотно спрощує аналіз. Оцінка проводиться на основі зведення узагальнених показників діяльності підприємства (використовують показники платоспроможності, фінансової стійкості та незалежності тощо) до інтегрального.

Порівняльна характеристика методів оцінки фінансового стану підприємства дає змогу виявити переваги та недоліки запропонованих методів. Врахувавши це, для здійснення більш комплексної оцінки фінансового стану підприємства доцільно поєднувати різні методики, щоб отримати більш детальну інформацію про фінансовий стан підприємства.

Висновки. Результати проведеного дослідження свідчать, що під час оцінки фінансового стану підприємство може використовувати різні методи та прийоми проведення аналізу. Методологія аналізу, а саме вибір видів, прийомів та моделей оцінки фінансового стану, залежить від стратегії розвитку, що обирає підприємство. При проведенні оцінки фінансового стану доцільним буде сформулювати алгоритм застосування системи методичних підходів, що по-перше дасть можливість об'єктивно оцінити фінансовий стан підприємства за різними напрямками діяльності, по-друге забезпечить проведення управлінських рішень щодо усунення проблемних зон діяльності та сприятиме максимізації ринкової вартості капіталу.

Література.

1. **Базілінська О.Я.** Фінансовий аналіз: теорія та практика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 328 с.
2. **Богацька Н.М., Галюк О.В.** Фінансовий стан підприємства та шляхи його покращення в бізнес-процесах підприємства. *Молодий вчений*. 2013. № 2. С. 12-15.
3. **Бойчик І.М.** Економіка підприємства : підручник. Київ : Кондор, 2016. 378 с.

4. Фінансовий словник-довідник / За ред. **М. Я. Дем'яненка**. Київ : ІАЕУААН, 2005. 507 с.

5. **Денисенко М.П., Зазимко О.В.** Основні аспекти оцінки фінансового стану підприємств. *Агросвіт*. 2015. № 10. С. 3-9.

6. **Коробов М. Я.** Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств : підручник. Київ : Знання, 2006. 378 с.

7. **Ладунка І.С. Кучеренко Є.А.** Шляхи покращення фінансового стану підприємств в сучасних економічних умовах. *Економіка і суспільство*. 2016. № 5. С. 185-188.

8. **Макарьян Э.А., Герасименко Г.П.** Финансовый анализ : учебник ; 4-е изд., испр. Москва : ИД ФБК_ПРЕСС, 2006. 235 с.

9. **Мосьондз О.Б.** Аналіз фінансового стану підприємства: сутність і необхідність. *Ефективна економіка*. 2012. № 3. С. 15-19.

10. **Осмоловский В.В.** Теория анализа хозяйственной деятельности: учебник. Минск : Новое знание, 2006. 188 с.

11. **Петренко В.С., Квасова О.П.** Оцінка та шляхи покращення фінансового стану підприємства. *Економічні науки*. 2015. № 8. С. 139-142.

12. **Пітінова А.О.** Комплексна оцінка фінансового стану підприємства: сутність і необхідність. *Економічні науки*. 2013. № 4. С. 379-389.

13. **Поддєрьогін А.М., Білик М.Д., Буряк А.Д.** Фінанси підприємств : підручник. Київ : КНЕУ, 2008. 552 с.

14. **Приходько Н.І.** Поняття фінансового стану підприємства: деякі аспекти його визначення. ФІП ФІП PSE. 2010. № 8. С. 188-190.

15. **Савицька Г.В.** Економічний аналіз діяльності підприємства : підручник ; 2-е вид., випр. і доп. Київ : Знання, 2005. 662 с.

16. **Сорока Й.Й.** Зарубіжний досвід оцінювання фінансового стану підприємств у сучасних умовах господарювання. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2015. № 2. С. 363-367.

References.

1. **Bazilinsjka O.Ja.** (2012). *Finansovyj analiz: teorija ta praktyka* [Financial Analysis: Theory and Practice]. Kyiv: Center for Educational Literature, p. 328 [in Ukrainian].

2. **Boghacjka N.M., & Ghaljuk O.V.** (2013). Finansovyj stan pidpryjemstva ta shljakhy jogho pokrashhennja v biznes-procesakh pidpryjemstva [The financial condition of the enterprise and ways of its improvement in business processes of the enterprise]. *Molodyy vchenyy – Young scientist*, No.2, pp. 12-15 [in Ukrainian].

3. **Bojchyk I.M.** (2016). *Ekonomika pidpryjemstva* [Business Economics]. Kyiv : Condor, p. 378 [in Ukrainian].

4. **Dem'janenko M.Ja.** (Ed.). (2005). *Finansovyy slovnyk-dovidnyk [Financial Dictionary-Guide]*. Kyiv : IAEUAAN, p. 507 [in Ukrainian].
5. **Denysenko M.P., & Zazymko O.V.** (2015). Osnovni aspekty ocinky finansovogho stanu pidpryjemstv [The main aspects of assessing the financial condition of enterprises]. *Ahrosvit – AgroSvit*, No. 10, pp. 3-9 [in Ukrainian].
6. **Korobov M.Ja.** (2006). *Finansovo-ekonomichnyy analiz diyalnosti pidpryjemstv [Financial and economic analysis of enterprises' activity]*. Kyiv: Znannya, p. 378 [in Ukrainian].
7. **Ladunka I.S., & Kucherenko Je.A.** (2016). Shljakhy pokrashhennja finansovogho stanu pidpryjemstv v suchasnykh ekonomichnykh umovakh [Ways to improve the financial condition of enterprises in modern economic conditions]. *Ekonomika i suspil'stvo – Economics and Society*, No. 5, pp. 185-188 [in Ukrainian].
8. **Makar'yan E.A., Gerasimenko G.P.** (2006). *Finansovyy analiz [Financial Analysis]*. 4 d ed. Moscow: ID FBK_PRESS, p. 235 [in Russian].
9. **Mosjondz O.B.** (2012). Analiz finansovogho stanu pidpryjemstva: sutnistj i neobkhdnistj [Analysis of the financial condition of the enterprise: the essence and necessity]. *Efektivna ekonomika – Effective economy*, No. 3, pp. 15-19 [in Ukrainian].
10. **Osmolovskiy V.V.** (2006). *Teoriya analiza khozjaystvennoy deyatel'nosti [Theory of economic activity analysis]*. Minsk: Novoe znanye, p. 188 [in Russian].
11. **Petrenko V.S., & Kvasova O.P.** (2015). Ocinka ta shljakhy pokrashhennja finansovogho stanu pidpryjemstva [Estimation and ways to improve the financial condition of the enterprise]. *Ekonomichni nauky – Economic Sciences*, No. 8, pp. 139-142 [in Ukrainian].
12. **Pitnova A.O.** (2013). Kompleksna ocinka finansovogho stanu pidpryjemstva: sutnistj i neobkhdnistj [Comprehensive assessment of the financial condition of an enterprise: the nature and necessity]. *Ekonomichni nauky – Economic Sciences*, No. 4, pp. 379-389 [in Ukrainian].
13. **Poddjerjoghin A.M., Bilyk M.D., & Burjak L.D.** (2008). *Finansy pidpryjemstv [Business Finance]*. Kyiv : KNEU, p. 552 [in Ukrainian].
14. **Prykhodjko N.I.** (2010). Ponjattja finansovogho stanu pidpryjemstva: dejaki aspekty jogho vyznachennja [The concept of the financial condition of the enterprise: some aspects of its definition]. *FIF FIP PSE*, No. 8, pp. 188-190 [in Ukrainian].
15. **Savycjka Gh.V.** (2005). *Ekonomichnyy analiz diyalnosti pidpryjemstva [Economic analysis of enterprise activity]*. 2 d ed. Kyiv: Znannya, p. 662 [in Ukrainian].
16. **Soroka J.J.** (2015). Zarubizhnyj dosvid ocinjuvannja finansovogho stanu pidpryjemstv u suchasnykh umovakh ghospodarjuvannja [Foreign experience in evaluating the financial condition of enterprises in modern economic conditions]. *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu – Scientific herald of Uzhgorod University*, No. 2, pp. 363-367 [in Ukrainian].

Анотація.

Насібова О.В., Шипенко А.А. Методичні підходи фінансового аналізу підприємства.

В статті визначено роль, значення та необхідність проведення фінансового аналізу підприємства. Узагальнено та зроблено критичний огляд методичних засад і підходів до оцінювання та аналізу фінансового стану підприємств. Виділено концептуальні напрямки розвитку та адаптації наявних методик до умов реальної економіки. Особливу увагу приділено дослідженню методики оцінки фінансового стану з використанням методу комплексної оцінки, коефіцієнтного методу та інтегрального методу, які є більш поширеними на вітчизняних підприємствах. Обґрунтовано доцільність вибору методу та прийому оцінки для подальшої стратегії розвитку підприємства.

Ключові слова: фінансовий стан, фінансовий аналіз, методи фінансового аналізу, оцінювання, підприємство.

Аннотация.

Насибова А.В., Шипенко А.А. Методические подходы фінансового анализа предприятия.

В статье определены роль, значение и необходимость проведения финансового анализа предприятия. Обобщены и сделан критический обзор методических основ и подходов к оценке и анализу финансового состояния предприятий. Выделены концептуальные направления развития и адаптации имеющихся методик к условиям реальной экономики. Особое внимание уделено исследованию методики оценки финансового состояния с использованием метода комплексной оценки, коэффициентный метода и интегрального метода, которые являются более распространенными на отечественных предприятиях. Обоснована целесообразность выбора метода и приема оценки для дальнейшей стратегии развития предприятия.

Ключевые слова: финансовое состояние, финансовый анализ, методы финансового анализа, оценки, предприятие.

Abstract.

Nasibova O.V., Shipenko A.A. Methodical approaches of financial analysis of enterprise.

The article defines the role, significance and necessity of financial analysis of the enterprise. A critical review of methodological foundations and approaches to assessing and analyzing the financial condition of enterprises is generalized and made. Conceptual directions of development and adaptation of existing methods to the conditions of the real economy are highlighted. Particular attention is paid to the study of the method of estimating the financial condition using the method of complex estimation, coefficient method and integral method, which are more common in domestic enterprises. The expediency of choosing the method and accepting the evaluation for the further strategy of enterprise development is substantiated.

Key words: financial condition, financial analysis, methods of financial analysis, valuation, enterprise.

УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ ТА ФОРМУВАННЯ СИРОВИННОЇ ЗОНИ В МОЛОКОПРОДУКТОВОМУ СЕКТОРІ

***АНТОЩЕНКОВА В.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ, КРАВЧЕНКО Ю.М., К.Е.Н.,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Молокопродуктовий сектор є одним з базових у структурі агропромислового виробництва Чернігівської області. Сталий розвиток та ефективне функціонування молокопродуктового виробництва є беззаперечно актуальними, адже молоко та молочні продукти є незамінними для населення продуктами харчування в раціоні. Чернігівська область завжди славилася молокопродуктовим виробництвом, обсяги виробництва молока на одного жителя області були і залишаються найвищими в Україні. А отже і можливості фальсифікації молочних продуктів були набагато нижчими (завантаженість сировиною молокопереробних підприємств досягала 83 %).

Однак, з року в рік ситуація погіршується, поголів'я корів катастрофічно зменшується, особливо в господарствах населення, обсяги виробництва молока знижуються набагато швидше, ніж зростає продуктивність корів. Безконтрольне розпорошення молокосировинної зони і поступове її зникнення, неправомірні дії всіх суб'єктів господарювання без винятку, відсутність взагалі будь-яких державницьких погоджених дій (особливо в ціновій політиці) в напрямку відродження тваринництва – це і є нинішнє становище молокопродуктового сектору Чернігівщини. Наразі в Чернігівській області є навіть села, де корів взагалі не утримують, молодь працює в місті, а люди похилого віку через стан здоров'я вже і не в силах утримувати корову. Як результат, корів просто здають за невеликі гроші на м'ясокомбінати. Адже існуючі сільгосппідприємства і самі б вже давно відмовилися від такого «тягаря», як молочне скотарство. Для будь-якого молокопереробного підприємства надзвичайно витратно їхати в село за 20 л молока. Як результат, стихійні «тіньові» ринки молока та молочної продукції та відсутність достатніх обсягів молока-сировини для завантаження виробничих потужностей молокопереробних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання управління матеріальними потоками та формування сировинної зони в молокопродуктовому секторі знайшли свій прояв у працях О.І. Гуторова, Н.В. Прозорової, Ю.В. Самойлик, І.М. Вахович, Ю.В. Волинчук, І.М. Пушкарчук та інших. У той же час, потребують комплексного дослідження проблеми логістизації основних виробничих і збутових процесів в молокопродуктовому виробництві.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження проблематики управління матеріальними потоками та формування сировинної зони в молокопродуктовому секторі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нажаль, всі зазначені проблеми в молокопродуктовому виробництві вже «обросли» більш складними ситуативними питаннями і потребують вже не просто розписаних популістських стратегічних планів, а невідкладних дій. Слова митрополита Андрея Шептицького зараз як ніколи актуальні і болючі для України: «Нехай будуче покоління візьме в свої руки промисел і торгівлю, бо бідний той народ, що не має свого промислу, а торгівлю в ньому ведуть чужинці». Як приклад для наслідування, в 1904-1905 роках у Стрию при філії «Просвіти» було створено «Союз руських молочарських спілок – союз молочарських кооперативів», який в 1907 році був перетворений на Крайовий молочарський союз «Маслосоюз». Ініціатором його створення і керівником був місцевий греко-католицький священик Остап Нижанківський. Він очолював «Маслосоюз» до першої світової війни. Після нього молочарську справу в Галичині продовжували Андрій Палій, Андрій Мудрик та Олекса Лис. Виробнича діяльність «Маслосоюзу», функціонувала в умовах збереження магнатського і дрібного селянського володіння, що наклало свій відбиток і на специфіку заготівлю, транспортування, зберігання сировини та молочної продукції. Молочний промисел не мав традиції ні в краї, ні в найближчих сусідів, тож на початку ентузіастів цієї справи зустрічали і з байдужістю, й навіть із ворожістю. Однак люди отримували за здане молоко добру винагороду, за яку мали можливість будувати хати, вчити дітей, тобто нормально жити на своїй землі. Подібні молочарні виникли згодом на Станіславщині (теперішня Івано-Франківська обл.), Тернопільщині, поширювалися далі на захід і на північ. Молочарська кооперація стала економічним проривом того часу. На етикетці маслосоюзовської продукції були чотирилистова конюшина і літери МС, а галицьке масло було обов'язковою складовою повноцінного сніданку європейців. Варто зауважити, що перший директор «Маслосоюзу» надавав надзвичайно важливе значення

агрономічній та ветеринарній діяльності молочарських кооперативів. Під його керівництвом агрономи та господарські референти допомагали селянам поліпшувати годівлю худоби, підвищувати її молочність. Чималу роботу проводили ветеринарні лікарі. Для захисту селянської худоби від хвороб діяли так звані «фонди допомоги». У міжвоєнний період діяльність «Маслосоюзу» досягла вагомих здобутків. Діяло 136 районних молочарень, які об'єднували 1600 збиральних пунктів молока та сметани [1, с. 131].

Економічне процвітання держави безпосередньо пов'язане з розвитком промисловості, зорієнтованої на експорті конкурентоспроможної готової продукції. Промисловий потенціал країни залежить від численних чинників, в тому числі від економічного, науково-технічного, культурного, правового та іншого порядку [2, с. 166]. Наразі, в умовах науково-технічного прогресу, автоматизації, інноваційних технологій та світової глобалізаційної конкуренції сучасна українська молокопродуктова галузь перебуває в стані невизначеності та відсутності сталого розвитку (адже обсяги виробництва молока-сировини з кожним роком зменшуються, що впливає і на формування сировинної зони і на управління матеріальних потоків). Один з яскравих прикладів відсутності контролю та погодженості дій учасників молокопродуктового ринку – функціонування Корюківського маслозаводу (Корюківський район, Чернігівська область). Незважаючи на досить потужну сировинну зону та незначні логістичні витрати в заготівлі та транспортуванні, в 2014 році завод взагалі перестав функціонувати, як виробничий об'єкт, та випускати вершкове масло. В 2014 році ПрАТ «Куликівське молоко» Чернігівської області, придбало Корюківський маслозавод та планувало запуснути лінію з виробництва плавлених сирків. Але нажаль, ринкова кон'юнктура змінилася, і зараз Корюківський маслозавод займається заготівлею молока від населення, підприємців та сільськогосподарських підприємств – Корюківського, Менського, Коропського, Сновського та Городнянського районів. Підприємство має 14 автомобілів-молоковозів які звозять молоко з приймальних пунктів. За день в середньому заготовляють 20 тонн, а влітку – 40 тонн. Варто зауважити, що виробничі потужності Корюківського маслозаводу (зараз Корюківської дільниці з заготівлі молока) становили до 2014 року 60 т сирого молока за добу, у той час коли сільськогосподарські підприємства Корюківського району в середньому за добу виробляли 12 т молока. Приблизно стільки ж молока реалізовували господарства населення Корюківського району, що становило 40 % від виробничої потужності

заводу. Відмітимо, що до 1994 р. Корюківський молокозавод на 100 % завантажував виробничі потужності сировиною сільськогосподарських виробників Корюківського району, а станом на 2018 р. – менше ніж на 40 %. Нажаль складається таке враження, що ми не розвиваємо власне національне виробництво, а позбуваємося конкурентів.

Управління виробничими запасами сільськогосподарських підприємств має бути спрямоване на визначення оптимального обсягу та зниження витрат, пов'язаних з їх утриманням. Виявлені системи управління виробничими запасами дають змогу кількісно оцінювати, аналізувати й прогнозувати систему управління виробничими запасами в сільськогосподарському підприємстві [3, с. 38].

Наразі, працює на Корюківській дільниці по заготівлі молока 40 осіб (позмінно). В 2018 році в цеху встановлено нову станцію викачування молока з автоцистерн, з обліком сировини через комп'ютер. Також була проведена модернізація ліній для закачування і охолодження сировини. Додані смонтовані для зберігання молочної продукції. В планах, встановити лінії для виготовлення вагових кисломолочних сирів.

Для оптимізації сировинної зони Корюківської дільниці по заготівлі молока проаналізуємо просторове розміщення наявних сировинних зон і визначимо питомий попит на молокопродукцію (табл. 1).

Управління формуванням і розвитком логістичних систем у скотарстві мають бути: охоплення всіх ланок виробничо-продовольчого ланцюга, автоматизація та інформатизація логістичних потоків, програмно-цільовий підхід, альтернативність [4, с. 88].

Визначальним фактором при формуванні раціональної сировинної зони є вартість транспортних перевезень, що формується за рахунок відстані перевезень і обсягу вантажообороту (табл. 2).

Нормативний обсяг виробництва молока був визначений, виходячи з норми споживання молочної продукції на рівні 380 кг. Як свідчать наведені дані, мінімальна щільність заготівлі молока становила 3,2 т/км², виходячи з чого встановлено розмір сировинної зони на рівні 28,9 км за радіальною відстанню. Аналіз отриманих результатів свідчить, що істотним резервом для оптимізації сировинної бази маслозаводу є скорочення постачань з Коропського району, який знаходиться за межею оптимальних відстаней перевезень, проте займає 7,3 % у структурі вантажообороту.

Таблиця 1

**Розмір сировинної зони
Корюківської дільниці по заготівлі молока, 2018 р.**

<i>Населений пункт</i>	<i>Площа території, км²</i>	<i>Обсяг виробництва, т</i>		<i>Відстань від Корюківського маслозаводу, км</i>	<i>Щільність заготівлі молока, т/км²</i>
		<i>фактичний</i>	<i>нормативний</i>		
смт Сосниця	9,000	352,0	2408,3	48,4	16,4
с. Б. Слобода	3,003	787,0	200,6	35,0	230,6
с. Бірківка	2,860	347,7	278,2	48,8	45,0
с. Блистова	4,040	321,8	349,6	55,6	29,4
с. Буда	1,620	294,2	65,0	15,9	83,5
с. Городище	5,220	819,2	294,9	35,1	58,9
с. Домашин	2,333	115,0	153,5	17,5	22,6
с. Забарівка	1,358	120,2	82,4	15,1	40,7
с. Козилівка	5,176	388,0	321,6	40,2	34,5
м. Корюківка	15,000	709,4	4326,8	9,4	34,7
с. Кудрівка	3,760	144,4	305,8	65,6	16,2
с. Ліски	1,260	197,2	166,0	38,5	57,9
с. Матіївка	2,700	138,6	83,6	25,9	21,6
с. Наумівка	3,728	997,8	432,9	8,7	211,4
с. Олександрівка	2,511	552,0	233,2	16,9	101,1
с. Охрамісвичі	3,894	562,2	257,8	21,2	99,5
с. Перелюб	2,961	177,4	260,6	30,4	27,5
смт. Понорниця	8,000	681,8	844,5	62,3	35,0
с. Прибинь	2,424	91,3	201,0	34,9	21,8
с. Рибинськ	1,319	1013,4	129,2	36,1	590,6
с. Савинки	2,684	144,9	186,1	15,4	24,8
с. Сахутівка	2,392	153,4	127,0	12,7	29,5
с. Семенівка	3,690	465,9	286,6	71,4	46,7
с. Сядрині	1,914	163,5	253,8	17,3	68,9
смт Холми	6,000	729,0	989,8	31,0	95,3
с. Хотіївка	1,821	234,0	88,8	80,0	90,7
с. Шаболтасівка	2,560	217,9	297,0	56,6	35,8
Разом	121,588	10919,2	13624,7	х	х

Також слід звернути увагу на постачальників з Менського району, які розташовані на межі допустимих відстаней. Наразі Корюківська дільниця по заготівлі молока займається закупівлею сировини на території п'ятих районів області, витрати на закупівлю, лабораторний аналіз й транспортування складають чималий відсоток.

Таблиця 2

**Структура вантажообороту та середні відстані перевезень
молока на Корюківській ділянці по заготівлі молока у 2018 р.**

<i>Район</i>	<i>Вантажооборот</i>		<i>Середня відстань, км</i>	
	<i>т-км</i>	<i>%</i>	<i>проста</i>	<i>зважена</i>
Корюківський	92168,2	43,4	28,8	25,9
Менський	39925,4	18,8	49,2	48,4
Сновський	40987,3	19,3	32,6	27,6
Коропський	15503,0	7,3	62,3	62,3
Городнянський	23785,4	11,2	40,6	40,6
Разом	212369,2	100,0	36,3	31,6

Дослідження сутності матеріальних потоків є основою для раціональної оптимізації технологічних процесів виробництва, матеріально-технічного забезпечення, транспортування і збуту продукції, раціоналізації документообігу, проектування виробничих, складських і допоміжних приміщень, створення вискоєфективної комунікаційної інфраструктури та організаційних структур управління [5].

В наукових публікаціях зарубіжних дослідників, також значна роль відводиться розробці сучасних інноваційних напрямків в логістичній діяльності сільськогосподарських та переробних підприємствах, зокрема і в управлінні матеріальними потоками, розробці інноваційних логістичних моделей закупівель.

Інноваційна логістична модель виробництва складається з ефективних та чітких процесів логістики починаючи від формування матеріального потоку сировини закінчуючи зберіганням готової продукції [6].

Диктатура переробників в молокопродуктовому підкомплексі очевидна. Сільськогосподарські підприємства вимушені погоджуватися на умови молокопереробних підприємств адже розуміють, що молоко-сировина, це продукція яка потребує швидкої реалізації і особливих умов транспортування і зберігання. В такій ситуації, держава повинна обов'язково регулювати і цінову і логістичну політику кожної ланки молокопродуктового ланцюга, починаючи від виробництва сирого молока і закінчуючи формуванням роздрібних цін. І сільськогосподарські виробники і молокопереробні підприємства і взагалі державницькі відповідні структури повинні бути зацікавлені в розвитку національного молочного скотарства. Це і робочі місця, продовольча безпека, завантаженість виробничих потужностей,

виробництво натурального національного якісного продукту та врепті-репті інвестиції в здоров'я нації (Що може бути цінніше?). Найважливішим елементом у транспортно-закупівельній логістиці будь-якого молокопереробного підприємства є аналіз закупівельної ціни на молоко, адже витрати на сировину в собівартості становлять більш ніж 60 %.

Ціновий механізм в молокопродуктовому комплексі є процесом формування і взаємодії цін, як вільних сигналів, що координують дії ринкових суб'єктів під час прийняття остаточних рішень. Його функціонування є найбільш неврегульованим питанням [7].

Особливо важливим питанням для молокопереробників є закупівля, лабораторний аналіз й транспортування молока особистих селянських господарств. З одного боку, проблеми немає, тому що майже в усіх сільських населених пунктах Чернігівської області організований збір молока від населення великими переробними підприємствами. Частину молока в приміських селах закупають посередники для реалізації на ринку, і меншу частину реалізують самі власники господарств. Проте вони змушені продавати молоко за цінами, які їм «диктують» переробними і які часто є нижчими від цін на закуплене молоко для сільськогосподарських підприємств, тому що останні можуть забезпечити вищу якість продукції та більші її партії.

Виробництво постійно розвивається і удосконалюється, через різні вимоги, які можна визначити «потребами», включаючи вимоги до якості продукції, збільшення термінів зберігання, логістичні та маркетингові цілі [8, с. 132].

Висновки. Ризики в логістиці найчастіше пов'язані з людським фактором. Усе зводиться до виконання співробітниками своїх функціональних обов'язків, відповідно до посадових інструкцій, в яких надано чіткий розподіл посадових обов'язків, повноважень і функцій з періодичними інструктажами і обов'язковим ознайомленням персоналу з цими інструкціями під розпис. Виробничі підприємства прагнуть до досягнення однієї з найважливіших цілей логістики – оптимальному завантаженні потужностей і виробничих ліній. Для молокопереробного підприємства транспортні витрати займають вагомую частку, а найкоротший час доставки сирого молока і вибір найкоротших маршрутів транспортування є важливим у закупівельній логістиці.

Потрібно не просто бути господарями та власниками своєї землі, але і правильно та ефективно господарювати на благо собі та своїй країні. Зараз це може виглядати неймовірно, навіть фантастично, але Україна завжди славилася продукцією молокопереробної галузі. І

наразі, в умовах в яких знаходиться національна молокопереробна галузь, було важливим згадати, або точніше нагадати, і виробникам молочної продукції і національно свідомим громадянам про потенційні можливості передані нам в дар нашими прадідами, які хотіли бачити Україну сильною, економічно могутньою і самодостатньою, а молокопродуктову галузь процвітаючою та надприбутковою.

Література.

1. **Лотоцька О.** Виробнича діяльність «Маслосоюзу» на західно-українських землях у міжвоєнній Польщі (20-і-30-і рр. XX ст.). *Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє*. 2010. Вип. 14-15. С. 128-136.

2. **Антощенко В.В., Ткаченко С.Є., Нікітіна О.М.** Маркетинг промислового підприємства, як симбіоз виробничо-економічних відносин. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. Серія Економічні науки* / Редакол.: Г.Є. Мазнев (гол. ред.) та ін. Х.: ХНТУСГ, 2016. Вип. 177. С. 166-175.

3. **Гуторов О.І., Прозорова Н.В.** Формування ефективного механізму функціонування логістичних систем сільськогосподарських підприємств. *Економіка АПК*. 2013. С. 33-39.

4. **Самойлик Ю.В.** Механізм формування і розвитку логістичних систем скотарства в агроформуваннях. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2015. Вип. 11. С. 84-88.

5. Andrej Dupař, Patrik Richnák, Ľuboslav Szabo, Klaudia Porubánová. Modern trends in logistics of agricultural enterprises. *Agricultural Economics*. Czech, 65, 2019 (8): pp. 359-365.

6. **Вахович І.М., Волинчук Ю.В., Пушкарчук І.М.** Теоретико-методичні аспекти логістичного управління матеріальними потоками підприємств. *Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління* / Редакол.: Гонта О.І. (відп. ред.) та ін. Чернігів: ЧДІЕУ, № 2 (22), 2014. С. 81-88.

7. **Антощенко В.В.** Ценовий механізм в молоко-продуктовому підкомплексі України и Черниговской области. *Молодой учёный: журнал*. Чита, 2013. № 9 (56). С. 142-146.

8. Ignazio Mania, Amélia Martins Delgado, Caterina Barone, Salvatore Parisi. Traceability in the Dairy Industry in Europe: Theory and Practice. Springer International Publishing. 2018. 158 p.

References.

1. **Lotocz`ka O.** (2010). Vy`robny`cha diyal`nist` «Maslosoyuzu» na zaxidno-ukrayins`ky`x zemlyax u mizhvoyennij Pol`shhi (20-i-30-i rr..XX st.). [Production activity of the Masloosyuz on Western-Ukrainian lands in interwar Poland (20-ies-30-ies. XX century)]. *Ukrayins`ka nauka: my`nule, suchasne, majbutnye – Ukrainian Science: Past, Present, Future*, Issue. 14-15. pp. 128-136 [in Ukrainian].

2. **Antoshhenkova V.V., Tkachenko S.Ye., & Nikitina O.M.** (2018). Markety`ng promy`slovogo pidpry`yemstva, yak sy`mbioz vy`robny`cho-ekonomichny`x vidnosy`n. [Marketing an industrial enterprise as a symbiosis of production and economic relations.] *Visny`k Xarkiv's'kogo nacional'nogo texnichnogo universy`tetu sil's'kogo gospodarstva. Seriya Ekonomichni nauky` – Bulletin of Kharkiv National Technical University of Agriculture. Series Economic Sciences*, Issue 177, pp. 166-175 [in Ukrainian].

3. **Gutorov O.I., & Prozorova N.V.** (2013). Formuvannya efekty`vnoho mexanizmu funkcionuvannya logisty`chny`x sy`stem sil's'kogospodars'ky`x pidpry`yemstv [Formation of effective mechanism of functioning of logistic systems of agricultural enterprises]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, pp. 33-39 [in Ukrainian].

4. **Samojly`k Yu.V.** (2015). Mexanizm formuvannya i rozvy`tku logisty`chny`x sy`stem skotarstva v agroformuvannyax. [Mechanism of formation and development of logistic systems of cattle breeding in agro-formations]. *Naukory`j visny`k Mizhnarodnogo humanitarnogo universy`tetu. Seriya : Ekonomika i menedzhment – Scientific Bulletin of the International Humanities University. Series: Economics and Management*, Issue 11. pp. 84-88 [in Ukrainian].

5. Andrej Dupal', Patrik Richnák, Luboslav Szabo, Klaudia Porubanová (2019). *Modern trends in logistics of agricultural enterprises. Agricultural Economics*. 65 (8), pp. 359-365 [in Czech].

6. **Vaxovy`ch I.M., Voly`nchuk Yu.V., Pushkarchuk I.M.** (2014). Teorety`ko-metody`chni aspekty` logisty`chnogo upravlinnya material'ny`my` potokamy` pidpry`yemstv. [Theoretical and methodological aspects of logistics management of material flows of enterprises]. *Naukory`j visny`k Chernigiv's'kogo derzhavnogo insty`tutu ekonomiky` i upravlinnya – Scientific Bulletin of Chernihiv State Institute of Economics and Management*, No. 2(22), pp. 81-88 [in Ukrainian].

7. **Antoshhenkova V.V.** (2013). Cenovoy mexanizm v molokoproductovom podkomplekse Ukrainy i Chernigovskoj oblasti. [Price mechanism in the milk-product subcomplex of Ukraine and Chernihiv region]. *Molodoj uchjonyj: zhurnal – Young Scientist: Journal*, No. 9(56), pp. 142-146 [in Ukrainian].

8. **Ignazio Mania, Amélia Martins Delgado, Caterina Barone, Salvatore Parisi.** (2018). Traceability in the Dairy Industry in Europe: Theory and Practice. Springer International Publishing. p. 158 [in English].

Анотація.

Антощенко В.В. Управління матеріальними потоками та формування сировинної зони в молокопродуктовому секторі.

У статті доведено актуальність і беззаперечність дослідження питань управління матеріальними потоками та формування сировинної зони в молокопродуктовому секторі. Диктатура переробників в молокопродуктовому підкомплексі очевидна. Сільськогосподарські підприємства вимушені погоджуватися на умови молокопереробних підприємств адже розуміють, що молоко-сировина, це продукція яка потребує швидкої реалізації і особливих умов транспортування і зберігання. В такій ситуації, держава повинна обов'язково регулювати і цінову і логістичну політику кожної ланки

молокопродуктового ланцюга, починаючи від виробництва сирого молока і закінчуючи формуванням роздрібних цін. І сільськогосподарські виробники і молокопереробні підприємства і взагалі державницькі відповідні структури повинні бути зацікавлені в розвитку національного молочного скотарства. Це і робочі місця, продовольча безпека, завантаженість виробничих потужностей, виробництво натурального національного якісного продукту та дуже важливо – інвестиції в здоров'я нації.

Ключові слова: молокопродуктовий сектор, логістика, матеріальний потік, сировинна зона.

Аннотація.

Антощенко В.В. Управление материальными потоками и формирование сырьевой зоны в молокопродуктовом секторе.

В статті доказана актуальність і бесспорність дослідження питань управління матеріальними потоками і формування сировинної зони в молокопродуктовому секторі. Диктатура переработчиков в молокопродуктовому підкомплексі очевидна. Сільськогосподарські підприємства змушені погоджуватися на умови молокоперерабовувальних підприємств, оскільки розуміють, що молоко-сировина, це продукція, яка потребує швидкої реалізації і особливих умов транспортування і зберігання. В такій ситуації, держава повинна обов'язково регулювати і ценову і логістичну політику кожного ланцюга молокопродуктів, починаючи з виробництва сирого молока і закінчуючи формуванням роздрібних цін. І сільськогосподарські виробники і молокоперерабовувальні підприємства і взагалі відповідні державні структури повинні бути зацікавлені в розвитку національного молочного скотарства. Це і робочі місця, продовольча безпека, завантаженість виробничих потужностей, виробництво натурального національного якісного продукту і дуже важливо – інвестиції в здоров'я нації.

Ключевые слова: молокопродуктовый сектор, логистика, материальный поток, сырьевая зона.

Abstract.

Antoshchenko V.V. Management of material flows and the formation of the raw material zone in the dairy sector.

The article proves the relevance and indisputability of the study of material flow management issues and the formation of the raw material zone in the dairy sector. The dictatorship of the processors in the dairy sub-complex is obvious. Agricultural enterprises are forced to agree to the conditions of milk processing enterprises because they understand that raw milk is a product that requires quick implementation and special conditions of transportation and storage. In such a situation, the state must necessarily regulate both the pricing and logistics policies of each link in the dairy products chain, starting from the production of raw milk and ending with the formation of retail prices. And agricultural producers and milk processing enterprises and generally relevant state structures should be interested in the development of national dairy cattle breeding. This includes jobs, food security, workload of production capacities, production of a natural national quality product, and it is very important to invest in the health of the nation.

Key words: dairy production sector, logistics, material flow, raw material zone.

МЕХАНІЗМИ ТА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

***ДУЗЬКРЯТЧЕНКО В.В., АСИСТЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. За сучасних умов глобалізації світової економіки перед кожним виробничим підприємством постають питання щодо зростання ролі виробничого потенціалу в їх діяльності задля забезпечення рівня конкурентоспроможності в галузі, виходу на лідируючі позиції.

Своєю чергою виробнича діяльність підприємства до прийняття рішень, проте існує важкість прорахунку майбутніх подій, що впливають на розвиток підприємства у виробничій сфері. Саме тому необхідно узагальнити наукові підходи економістів, що вивчали цю проблему та виявити максимальний спосіб підвищення ефективності використання виробничого потенціалу підприємства. Він досягається шляхом постійних удосконалень механізму управління виробничим потенціалом підприємства, вивченню різноманітних трактувань, що пов'язані з цим терміном, адже саме до цієї складової існують різноманітні підходи та кожен з науковців виділяє окремі елементи, що потребують узагальнення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню механізму управління виробничим потенціалом підприємства приділялась увага з боку і вітчизняних, і зарубіжних науковців, що, своєю чергою, призвело до виникнення суперечностей між їх думками. В Україні проблеми механізму управління потенціалом підприємства розглядали такі вчені: Н.С. Краснокутська, І.П. Отенко, А.М. Малярець, М.С. Дороніна, А.А. Малицький, Н.А. Бочарова, А.Г. Дончак та інші. Все ж багато питань залишаються не вирішеними та потребують подальшого уточнення та удосконалення для забезпечення зростання механізму управління виробничим потенціалом підприємства.

Формулювання цілі статті полягає в узагальненні теоретичних знань щодо механізму управління виробничим потенціалом

підприємства, місця управління виробничого потенціалу підприємства в забезпеченні його розвитку та розробки рекомендації щодо удосконалення механізму управління виробничим потенціалом підприємства, викладенні власного трактування поняття механізму управління виробничого потенціалу підприємства та розробки рекомендацій щодо покращення механізму управління виробничого потенціалу.

Виклад основного матеріалу дослідження. За умов входження України у європростір посилюється акцентування уваги науковців та практиків на необхідності ефективного управління виробничим потенціалом підприємств як основоположного фактору своєчасного виявлення проблем і прийняття обґрунтованих управлінських рішень з метою підвищення конкурентоспроможності як окремих сфер діяльності підприємства, так і його господарської діяльності в цілому [3]. Ефективне управління виробничим потенціалом підприємств значною мірою впливає на стан економічного і соціального розвитку держави та на її місце на світовій зовнішньоекономічній та політичній арені. Динамічність і нестабільність оточення є основною ознакою сучасного функціонування вітчизняних промислових, змушуючи їх не тільки вести постійний пошук прихованих власних резервів, але й докладати значних зусиль до збереження придатності своєї ресурсної бази.

Хоча більшість дослідників сходяться на думці щодо важливості та необхідності ефективного управління виробничим потенціалом підприємства, проте, в економічній літературі не вироблено єдиного підходу щодо структурно-змістового наповнення цього поняття. Одним з перших виробничий потенціал як економічну категорію, розкрив А.І. Анчишкін. На його думку для виробничого потенціалу характерними є «виробничі ресурси, їх об'єм, структура, технічний рівень та якість...». При цьому під виробничими ресурсами він розуміє засоби виробництва, трудові ресурси, а також природні ресурси, залучені в економічний оборот. Цей, так званий, «ресурсний» підхід характерний для більш ранніх досліджень виробничого потенціалу, які мали місце у 70-80 роках ХХ століття [4].

Дослідженням питання сутності виробничого потенціалу займалися ряд вітчизняних вчених-економістів. Так, Іщук С.О. зазначає, що «виробничий потенціал – це складна, організована, динамічна система, яка формується з множин елементів, що перебувають у взаємозв'язку та взаємодії і виконують різні функції в процесі

виготовлення продукції необхідної кількості та якості в терміни, визначені ринком».

Должанський І.З. тлумачить виробничий потенціал «як той обсяг робіт у одиницях виміру витрат праці (нормо-годин), що може бути виконаний протягом деякого періоду часу основними виробничими працівниками на базі наявних виробничих фондів й оптимальній організації праці й виробництва».

Добикіна О.К. визначає виробничий потенціал як «здатність виробничої системи виробляти матеріальні блага, використовуючи ресурси виробництва». Лапін Є.В. під виробничим потенціалом підприємства розуміє кількісний і якісний склад матеріальних і нематеріальних ресурсів, що забезпечують отримання максимальної економічної вигоди при найбільш повному їхньому використанні за часом і продуктивністю.

Ревуцький А.Д. зміст виробничого потенціалу підприємства обмежує тільки трудовими ресурсами, визначаючи виробничий потенціал як технічно, економічно і організаційно обґрунтовану норму ефективного робочого часу основного виробничого персоналу підприємства за певний інтервальний період календарного часу.

Певним чином можна стверджувати, що виробничий потенціал промислового підприємства є сукупністю його ресурсів і характеризується їх здатністю в ході виробничого процесу трансформуватися в певні результати, спрямовані на досягнення поставлених економічних цілей, системною єдністю елементів, що становлять забезпечуючи готовність і здатність підприємства здійснювати встановлені функції в процесі реалізації своєї мети. Визначальне призначення потенціалу підприємства полягає у створенні нових вартостей, а його елементи мають цілеспрямовано адаптуватися до вимог продукції, що виготовляється.

Виробничий потенціал промислового підприємства є складною системою, певної внутрішньої структури і системної єдності елементів, що забезпечують готовність і здатність промислового підприємства здійснювати встановлені функції в процесі реалізації мети. Виробничий потенціал виступає як органічна єдність всіх основних елементів виробничого процесу.

Важливим напрямом для розкриття економічної сутності виробничого потенціалу є визначення його місця в формуванні та реалізації потенціалу аграрного підприємства [1]. Знову звертаючись до

наукових досліджень з питань структури потенціалу аграрного підприємства та дослідження місця в ньому виробничого потенціалу, можемо виділити теоретичні та методологічні протиріччя, а саме:

- ототожнення поняття виробничий потенціал з іншими видами потенціалу підприємства, зокрема з економічним та ресурсним;

- різні позиції щодо типології потенціалів, зокрема зустрічається позиція, що виробничий потенціал входить до складу ресурсного, а не навпаки;

- відсутність єдності в поглядах щодо структури потенціалу підприємства, зокрема, складу його елементів та компонент, що особливо стосується співставлень виробничого та ресурсного потенціалу.

Отже, виробничий потенціал підприємства належить до особливого класу систем – адаптивних, тобто таких, що можуть самоорганізовуватися, систем, які довільно змінюють алгоритм свого функціонування і структуру з метою збереження або досягнення оптимального стану при зміні зовнішніх умов. Доволі складним в економічній науці є поняття «механізм управління». Проте, для його розуміння варто проаналізувати визначення «механізм», «управління», які є основоположними для поняття «механізму управління виробничим потенціалом підприємства». Механізм є черговістю процесів, які визначають порядок дій, або процесу. Якщо ж механізм поєднувати з поняттям ресурсів, то це сукупність форм і методів створення і використання ресурсів з метою забезпечення потреб підприємства.

Управління ж є дещо подібним до менеджменту, проте значно ширшим поняттям, що виявляє себе, як цілеспрямований процес дії суб'єкта на об'єкт управління. Якщо об'єднати ці два визначення, то сукупність взаємопов'язаних дій, що потребують використання різноманітних форм і методів із залученням ресурсів через вплив суб'єкта на об'єкт і є механізмом управління. Механізм управління виробничим потенціалом підприємства є комплексною системою, яка зосереджує в собі багато різноманітних складових.

Сучасний механізм управління виробничого потенціалу підприємства повинен не лише брати за основу традиційні методи та інструменти управління, але і враховувати новітні управлінські технології для успішності у досягненні поставлених цілей і завдань щодо підвищення рівня ефективності його виробництва. Механізм

управління виробничим потенціалом підприємства — це складна економічна категорія, яка потребує детального вивчення та постійного удосконалення, адже за правильного використання, підприємство може виявити резерви для покращення механізму управління виробничим потенціалом підприємства. Сутнісна характеристика елементів механізму управління виробничим потенціалом підприємства є доволі складною. Вона містить: функції, форми, методи, інструменти та важелі. Сучасні механізм управління об'єднує і традиційні методи, новітні управлінські технології. У подальших дослідженнях необхідно поєднувати теоретичне опрацювання даного питання з практичними аспектами на прикладі використання цих підприємств, що функціонують.

На основі аналізу сутності виробничого потенціалу і його ролі в управлінні підприємством можна зробити висновок, що основною метою управління виробничим потенціалом є формування і здійснення таких керуючих впливів, які б приводили потенціал підприємства в стан, відповідний досягненню його стратегічних цілей. На підставі зазначеної мети сформульовані наступні завдання управління виробничим потенціалом:

- 1) збирання, підготовка та опрацювання зовнішньої і внутрішньої інформації;
- 2) прогнозування зміни зовнішніх впливів;
- 3) формування альтернатив;
- 4) експертний аналіз;
- 5) комплексний аналіз на основі аналітичних та експертних методів прийняття рішень;
- 6) здійснення керуючих впливів;
- 7) контроль за реалізацією керуючих впливів.

Управління виробничим потенціалом, будучи складною динамічною системою, являє собою ітеративний процес, що полягає в отриманні інформації, виробленні та реалізації керуючих впливів, що переводять об'єкт управління — виробничий потенціал підприємства в новий стан. Потім слідує новий цикл — отримання інформації про новий стан і надалі — повернення у вихідний пункт процесу при нових характеристиках об'єкта, суб'єкта управління, зовнішнього середовища і, можливо, інших стратегічних цілях.

Можна стверджувати, що управління виробничим потенціалом являє собою сукупність інформаційно-методичних підходів і рішень і

впливів, що формуються на їх основі і дозволяють здійснювати перетворення значної кількості можливих способів досягнення стратегічних цілей у виробничий потенціал підприємства. Українські підприємства стикаються з низкою проблем, пов'язаних з управління виробничим потенціалом [2].

До основних з них належать: по-перше, потенціал підприємства не пов'язується з проєктивним управлінням; по-друге, на підприємствах не здійснюється управління виробничим потенціалом, акцент робиться на управління наявними ресурсами; по-третє, не розглядається взагалі або не приділяється належна увага взаємозв'язку між окремими групами ресурсів підприємства; по-четверте, не проводиться оцінювання ефективності використання потенціалу підприємства, і, відповідно, відсутні заходи щодо її підвищення; по-п'яте, у рамках діючих підходів до управління виробничим потенціалом не розглядається обмеження розвитку потенціалу динамічним зовнішнім середовищем та пришвидшення його розвитку за рахунок чіткої орієнтованості виробничо-збутової діяльності на клієнтів.

Таким чином, управління підприємством, його конкурентоспроможна маркетингова клієнтоорієнтована стратегія щодо вибору оптимального асортименту продукції, часу і темпів його оновлення та розширення вимагає активного маркетингового дослідження кон'юнктури ринку, розвитку логістичної мережі, рекламування і просування нових продуктів на ринок, здійснення інноваційних наукових досліджень і конструкторських розробок, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємства, що і спричиняє необхідність перегляду структури виробничого потенціалу підприємства, пошуку методів його оптимізації та механізмів підвищення ефективності управління останнім.

Отже, визначено види потенціалу підприємства залежно від його здатності здійснювати пошук зусиль використання ресурсів, сфери їх виникнення та застосування. Для розвитку і посилення конкурентоспроможності сучасних підприємств України необхідно забезпечити технологічне зростання підприємств.

Висновки. Отже, на сьогодні дослідження виробничого потенціалу аграрних підприємств проводиться за існування широкого кола протиріч теоретично-методичного та методологічного характеру. Систематизація основних наукових поглядів щодо економічної сутності потенціалу підприємства та їх критичний аналіз дав змогу визначити

принципи функціональності, результативності, інваріантності та здатності до оцінювання, які доцільно застосовувати при виявленні економічної сутності потенціалу підприємства, в цілому, та виробничого потенціалу, зокрема, а також ідентифікації його елементів і компонент. Принцип функціональності дає змогу розрізняти типи базових потенціалів підприємства, до яких відноситься і виробничий потенціал, та функціональні потенціали.

При цьому під виробничим потенціалом варто розуміти складну багатогранну та багаторівневу системну характеристику підприємства, яка ототожнює його можливості щодо отримання певних результатів своєї діяльності у визначених напрямках за рахунок певних організаційно-управлінських дій в процесі поєднання складових ресурсного потенціалу з технологіями, організацією та управлінням виробництвом в підприємстві.

Перспективою подальших досліджень в рамках поглиблення висвітлених положень є дослідження формування та генезису функціональних потенціалів аграрного підприємства, а також пояснення їх взаємозв'язку з виробничим потенціалом на мікрорівні.

Література.

1. **Краснокутська Н.С.** Концепція ціннісно-орієнтованого управління потенціалом підприємства / **Н.С. Краснокутська** // *Актуальні проблеми економіки*. – 2012. – № 8(134). – С. 23-29.
2. **Коротков Э.М.** Менеджмент / **Э.М. Коротков**. – М. : Юрайт, 2010. – 64 с.
3. **Круглов М.И.** Стратегическое управление компанией / **М.И. Круглов**. – М. : Русская Деловая Литература, 2014. – 768 с.
4. **Залізко В.Д.** Економічний потенціал сільських територій: генезис, структура, властивості, пріоритети зміцнення / **В.Д. Залізко** // *Економіка України*. – 2014. – № 4. – С. 73-82.
5. **Жидяк О.Р.** Економічний потенціал підприємства аграрної справи: особливості його структуризації / **О.Р. Жидяк, У.Я. Петриняк** // *Ефективність державного управління: Збірник наукових праць*. – 2014. – Вип. 38. – С. 424-430.
6. **Касьяненко В.О.** Розвиток науково-методичних підходів до розуміння потенціалу як економічної категорії / **В.О. Касьяненко** // *Економіка розвитку*. – 2012. – № 2(62). – С. 74-81.
7. **Рзаєва Т.Г.** Підходи до оцінки потенціалу підприємства: їх переваги та недоліки / **Т.Г. Рзаєва** // *Вісник жмільницького національного університету*. – 2014. – № 3. – С. 150-155.

8. **Остапенко Т.В.** Виробничий потенціал підприємств АПК: потіння та оцінка / **Т.В. Остапенко** // «Молодий вчений». – 2014. – № 4(07). – С. 100-104.

References.

1. **Krasnokut's'ka N.S.** (2012). Kontseptsiya tsinnisno-oriyentovanoho upravlinnya potentsialom pidpryyemstva [The concept of value-oriented enterprise potential management]. *Aktual'ni problemy ekonomiky – Current problems of economy*, No. 8(134), pp. 23-29 [in Ukrainian].

2. **Korotkov E.M.** (2010). *Menedzhment [Management]*. Moscow : Yurayt, p. 64 [in Russian].

3. **Kruglov M.I.** (2014). *Strategicheskoye upravleniye kompaniyey [Strategic management of the company]*. Moscow : Russkaya Delovaya Literatura, p. 768 [in Russian].

4. **Zalizko V.D.** (2014). Ekonomichnyy potentsial sil's'kykh terytoriy: henezys, struktura, vlastyosti, priorytety zmitsnennya [Economic Potential of Rural Territories: Genesis, Structure, Properties, Strengthening Priorities]. *Ekonomika Ukrainy – Economy of Ukraine*, No. 4, pp. 73-82 [in Ukrainian].

5. **Zhydyak O.R., & Petrynyak U.Ya.** (2014). Ekonomichnyy potentsial pidpryyemstva ahrarnoyi spravy: osoblyvosti yoho strukturyzatsiyi [The Economic Potential of Agrarian Enterprise: Features of its Structuring]. *Efektivnist' derzhavnogo upravlinnya: Zbirnyk naukovykh prats' – Public Administration Efficiency: Collection of Scientific Papers*, Issue 38, pp. 424-430 [in Ukrainian].

6. **Kas'yanenko V.O.** (2012). Rozvytok naukovo-metodychnykh pidkhodiv do rozuminnya potentsialu yak ekonomichnoyi katehoriyi [Development of scientific and methodological approaches to understanding the potential as an economic category]. *Ekonomika rozvytku – Economics of Development*, No. 2(62), pp. 74-81 [in Ukrainian].

7. **Rzayeva T.H.** (2014). Pidkhody do otsinky potentsialu pidpryyemstva: yikh perevahy ta nedoliky [Approaches to assessing the potential of the enterprise: their advantages and disadvantages]. *Visnyk khmel'nyts'koho natsional'nogo universytetu – Bulletin of the Khmelnytsky National University*, No. 3, pp. 150-155 [in Ukrainian].

8. **Ostapenko T.V.** (2014). Vyrobnychyy potentsial pidpryyemstv APK: potinnya ta otsinka [Production potential of agricultural enterprises: sweating and valuation]. «Molodyy vchenyy» – «Young Scientist», No. 4(07), pp. 100-104 [in Ukrainian].

Анотація.

Дузькратченко В.В. Механізми та системи управління розвитком виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств.

Досліджено існуючі наукові погляди на економічну сутність потенціалу підприємств та роль виробничого потенціалу у формуванні економічного потенціалу аграрного підприємства. Визначено основні принципи розкриття економічної сутності

виробничого потенціалу аграрного підприємства, що дало змогу ідентифікувати в його складі елементи та компоненти, а також пояснити їх сутність та взаємозв'язок. Усунуто методичні протиріччя щодо складу потенціалів аграрного підприємства шляхом застосування типології, в рамках якої здійснено поділ потенціалів на базові та функціональні. Обґрунтовано місце виробничого потенціалу в ієрархії базових потенціалів підприємства.

Ключові слова: *потенціал підприємства, типологія потенціалів аграрних підприємств, ієрархія потенціалів, виробничий потенціал, базові та функціональні потенціали.*

Аннотация.

Дузкрятченко В.В. Механизмы и системы управления развитием производственного потенциала сельскохозяйственных предприятий.

Исследованы существующие научные взгляды на экономическую сущность потенциала предприятий и роль производственного потенциала в формировании экономического потенциала аграрного предприятия. Определены основные принципы раскрытия экономической сущности производственного потенциала аграрного предприятия, что позволило идентифицировать в его составе элементы и компоненты, а также объяснить их сущность и взаимосвязь. Устранены методические противоречия по составу потенциалов аграрного предприятия путем применения типологии, в рамках которой осуществлено разделение потенциалов на базовые и функциональные. Обосновано место производственного потенциала в иерархии базовых потенциалов предприятия.

Ключевые слова: *потенциал предприятия, типология потенциалов аграрных предприятий, иерархия потенциалов, производственный потенциал, базовые и функциональные потенциалы.*

Abstract.

Duzkryatchenko V.V. Mechanisms and systems for managing the development of agricultural production potential.

The existing scientific views on the economic substance of the capacity of enterprises and production potential role in shaping the economic potential of the agricultural enterprises are considered in the article. The basic principles of disclosure of the productive potential of the agricultural enterprises economic substance are grounded. These principles are helping to identify composition of enterprise potential elements and components. Also they explain nature and relationship between such components. The methodological controversy of the enterprise potential disclosure is eliminated by the usage its typology. This typology divides the potential of agricultural enterprise for basic and functional. The production potential place in the hierarchy of the basic potentials of the enterprise is grounded.

Key words: *enterprise potential, agricultural enterprises potential typology, hierarchy of potentials, production potential, basic and functional potentials.*

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ НАДАННЯ ПОСЛУГ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

***РОМАНЮК І.А., К.Е.Н., АСИСТЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Виклики, які ставить сучасна економічна система перед аграрними підприємствами, змушують їх шукати взаємозалежності й просторові закономірності в територіальній організації життя суспільства, процесі виробництва та в результатах діяльності. Особливої уваги вимагають питання щодо рівня життя сільського населення, можливостей працевлаштування та отримання джерел доходів на основі використання наявного капіталу аграрних підприємств. Послуги сільського зеленого туризму як напрям диверсифікації економіки аграрних підприємств є одним зі шляхів розвитку села та зниження рівня безробіття серед селян. Ареали розвитку послуг сільського зеленого туризму в аграрних підприємствах сконцентровані на тих територіях, де існують відповідні умови для їх функціонування. Держава на основі використання економічних і політичних важелів формує середовище, в якому функціонують й взаємодіють аграрні підприємства.

Важливим фактом, який свідчить про необхідність розвитку послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами, є наявність соціально-економічного аспекту. На селі за останні два десятки років склалася катастрофічна економічна і демографічна ситуація, яка викликана дією таких чинників: спад сільськогосподарського виробництва; зубожіння населення; міграції трудових ресурсів; зниження народжуваності; зростання рівня смертності. В окремі населені пункти взагалі припинили своє існування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання державної підтримки як основи розвитку надання послуг сільського зеленого туризму досліджували такі вчені-економісти М.В. Багрій, В.П. Братюк, Ю.В. Зінько, М.Д. Корінько, Т.Ю. Лужанська, Л.О. Мармуть, С.Г. Нездодімов, М.Й. Рутинський, О.А. Сарапіна, Д.М. Стеченко та інші науковці.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення та обґрунтування напрямів державної підтримки надання послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами дозволяє вирішити, в першу чергу, проблему із зайнятістю населення. Однак, основним стримуючим чинником є відсутність державної підтримки. Державна підтримка надання послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами – це цілеспрямований вплив з боку держави та її органів, яким державою делеговані відповідні повноваження щодо формування і підтримки туристично-рекреаційного середовища, регулювання обсягів і напрямів туристичних потоків, створення туристичної інфраструктури, охорони рекреаційних ресурсів і заповідних територій, організації відпочинку та вільного часу населення країни, підготовки кадрів для рекреаційно-туристичних комплексів [1, с. 67]. Важливим завданням щодо розвитку сільського зеленого туризму є врегулювання нормативно-правової бази у сфері сільського зеленого туризму зважаючи на мінливі умови зовнішнього середовища. Це має забезпечити ефективну взаємодію державних і громадських структур для успішного розвитку даної галузі.

Законодавчими актами України стосовно послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами є Конституція України, Закони України «Про туризм», «Про особисте селянське господарство», проект Закону України «Про сільський зелений туризм» та деякі інші нормативно-правові акти. Як показав аналіз, для ефективного розвитку й регулювання сільського зеленого туризму слід ввести в дію Закон України «Про сільський зелений туризм», проект якого прийнято Постановою Верховної Ради № 2179 від 16.11.2004 р. Цей Закон визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі сільського зеленого туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів і регулює відносини, пов'язані з організацією та здійсненням сільського зеленого туризму на території України. У Законі України «Про особисте селянське господарство» визначено, що можливо використовувати ресурси особистих селянських господарств для надання послуг сільського зеленого туризму [2].

Специфічними особливостями, відображеними в проекті Закону України «Про сільський зелений туризм», є зміни щодо специфіки ліцензування туристичної діяльності; обов'язковість (необов'язковість) ліцензування окремих видів сільського зеленого туризму; врегулювання питань, пов'язаних із необхідністю професійної підготовки суб'єктів, які забезпечують та здійснюють діяльність у сфері сільського зеленого туризму; розробка нових типів договорів та уточнення їх змісту, що укладаються між суб'єктом діяльності цього виду та туристом [3]. У проекті пропонується розробити стандарт, який регламентуватиме вимоги щодо надання послуг сільського зеленого туризму, а саме вимоги до приміщень, санітарно-гігієнічних умов, обслуговуючого персоналу, умов харчування, протипожежної безпеки, реєстрації відпочивальників, цивільної відповідальності господарів, страхування майна.

Державне регулювання надання послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами реалізується шляхом економічного, правового та адміністративного впливу через законодавчі та нормативні акти; державні та міждержавні стандарти; ліцензування окремих видів діяльності; державні норми та нормативи, орієнтовані на світовий ринок; державні програми та плани; фінансово-податкове, грошово-кредитне, тарифне регулювання; інвестиційну, антимонопольну, соціальну, екологічну політику.

На основі аналізу законодавства України щодо послуг сільського зеленого туризму визначено, що основними напрямками державної політики, які сприятимуть подальшому ефективному розвитку цієї сфери є такі: удосконалення правових засад регулювання відносин у цій галузі діяльності; визначення сільського зеленого туризму важливою ланкою туристичної сфери країни, заохочення національних та іноземних інвестицій у цю сферу та створення нових робочих місць; розвиток в'їзного та внутрішнього сільського зеленого туризму, сприяння перетворенню його у високорентабельну та конкурентоспроможну ланку туристичної діяльності; створення належних умов для розвитку послуг сільського зеленого туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності у цій сфері шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання [4, с. 58].

Розвиток послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами повинні підтримуватись як на державному рівні, так і на рівні громадських організацій. Основними її аспектами є аграрно-соціальні, культурно-туристичні та еколого-природничі [5, с. 100]. Тому

для успішного розвитку й регулювання послуг сільського зеленого туризму агроформувань необхідна взаємодія державних і громадських структур, які опікуються відповідними галузями.

Важливою особливістю державного регулювання послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами є принципи, які забезпечують взаємоузгодженість економічних інтересів підприємств, суспільства і держави. Їх дотримання має стати своєрідним застереженням безсистемному й руйнівному втручання в економічний механізм господарювання. Принципи державного регулювання, як і управлінської діяльності, є результатом узагальнення притаманних для них істотних рис, характерних зв'язків і постійно відтворювальних ознак, які стають базовими в роботі уповноважених суб'єктів державного регулювання [6, с. 162]. Отже, державне регулювання послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами в Україні передбачає дотримання таких принципів:

- визначення пріоритетних напрямів державної політики;
- розподіл влади між органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування;
- закріплення конкретних управлінських функцій за компетенцією органів державного регулювання;
- системність нормативно-правового забезпечення державного регулювання;
- створення фінансової бази;
- цілісність, узгодженість і дієвість механізмів реалізації державної політики.

Основним принципом державного регулювання послуг сільського зеленого туризму агроформувань є делегування функцій та повноважень центрального органу виконавчої влади у цій сфері громадським об'єднанням сільських господарів за умови відповідності таких громадських об'єднань вимогам, визначеним законом. Основні пріоритетні напрями державної політики у сфері надання послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами визначаються в загальнодержавній програмі розвитку туризму в Україні.

Реалізація державної політики у сфері надання послуг сільського зеленого туризму здійснюється шляхом: визначення і реалізації основних напрямів державної політики в цьому виді діяльності; направлення бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку, популяризацію і рекламу послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами в Україні та за її межами; нормативного

регулювання відносин у даній сфері; делегування повноважень щодо проведення категоризації об'єктів сільського зеленого туризму об'єднанням сільських господарів; організації та ведення статистичного обліку і звітності цього виду діяльності; організації і здійснення державного контролю за дотриманням законодавства; сприяння в ініціюванні, розробці та реалізації міжнародних програм, а також програм, що реалізуються за рахунок зовнішніх інвестицій, грантів тощо у даній сфері; надання всебічної допомоги в створенні належної інфраструктури [7, с. 19].

Основними принципами державної підтримки надання послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами є рівність умов, націленість на окреме сільське господарство та місцеву громаду, фінансування проєктів у сфері надання послуг сільського зеленого туризму, розвиток сільської інфраструктури, реклама, участь у виставково-ярмаркових заходах, створення фольклорно-культурних заповідників і парків народних промислів (на базі населених пунктів, що є носіями певного бренду), запровадження цілісної системи навчання для зайнятих у сільському зеленому туризмі людей та деякі інші.

Для підтримки розвитку послуг сільського зеленого туризму на рівні регіону необхідно здійснити заходи, спрямовані на створення високорентабельної туристичної галузі, яка має забезпечувати потреби внутрішнього та міжнародного туризму з урахуванням природно-кліматичного, рекреаційного, соціально-економічного й історико-культурного потенціалу регіону та його можливостей [8, с. 159].

За результатами аналізу законодавства України щодо регулювання відносин суб'єктів господарювання у сфері надання послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами запропоновано шляхи врегулювання нормативно-законодавчого поля, що дасть можливість створити більш сприятливе середовище для відпочинку міського населення та діяльності у сфері сільського зеленого туризму. Чинниками, які поглиблюють наявні проблеми регулювання послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами, є:

1. Деякі місцеві громади або органи місцевого управління переоцінюють можливості послуг сільського зеленого туризму для перспективного соціально-економічного розвитку їхніх територій.

2. Погіршення якості навколишнього природного середовища через зростання антропогенного тиску на природні комплекси і відсутність в Україні механізмів його жорсткого регламентування й контролю.

3. Потенційно більш високими є показники злочинності та споживання суспільних благ через нівелювання місцевого культурного рівня, переходу на стандарти масової культури, яку приносять з собою туристи, і появу потреби у вищому рівні життя, ніж це можливо за нинішньої зайнятості у сільськогосподарському виробництві.

4. Втрата селом атмосфери «сільського життя» через надмірні напливи і скупчення туристів та їхнє розкуте побутовання в селі.

5. Втрата мистецької унікальності виробів народних умільців через зростання попиту на їхню продукцію, а відтак, перехід майстрів до спрощеного дрібносерійного продукування своїх виробів із підкресленням їхньої сувенірної атрибутики.

Власники аграрних підприємств, що надають послуги сільського зеленого туризму потребують спеціальних кредитів для розвитку сільського зеленого туризму на прийнятних умовах, які б враховували потенційні можливості позичальника та забезпечили для банківської установи найменший рівень ризиків [9, с. 35]. З огляду на це необхідно переглянути спеціалізовану програму «Сільський дім» і переорієнтувати її щодо напрямів фінансування з державного бюджету не лише на будівництво житла, а й на облаштування прилеглої до нього території.

Одним з першочергових завдань є категоризація приватних садиб у сфері послуг сільського зеленого туризму, що дозволяє суб'єктам господарювання повідомляти про відповідну якість житлових умов і рівень послуг, встановлювати оплату, яка відповідає певній категорії. Саме такий маркетинговий інструмент сприятиме популяризації певних об'єктів сільського зеленого туризму з підтвердженням відповідним сертифікатом.

Поглиблене вивчення запитів туристів у сфері послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами та пропозиція на ринок нових туристичних послуг стане одним із засобів диверсифікації джерел доходів сільського населення, як компоненти комплексного розвитку сільських територій та сільської інфраструктури, а також як одного із чинників стратегії подолання бідності в сільській місцевості [10, с. 142]. Надання певних преференцій, зокрема й податкових, для суб'єктів господарювання у сфері надання послуг сільського зеленого туризму та максимальне спрощення введення обліку в них лише сприятиме ефективному регулюванню цієї галузі підприємницької діяльності.

Визначені особливості дозволять забезпечити вищий рівень розвитку послуг сільського зеленого туризму аграрними

підприємствами на певній території та позиціонуватимуть його як важливий засіб стимулювання й інвестування соціально-економічного розвитку села: сприяння розбудові інфраструктури села, комплексному розвитку сільських територій і сільської інфраструктури, створенню нових джерел доходів сільського населення, а також кращому забезпеченню відпочинку міських жителів у сільській місцевості; популяризації української культури; поширенню знань та інформації про історичні, природні, етнографічні особливості України [11, с. 71].

Основні позитивні моменти розвитку послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами, які повинні переконати урядові структури в необхідності термінового прийняття законодавчого акту, який би регулював цей перспективний вид туристичної діяльності:

- 1) створення робочих місць, зниження рівня безробіття;
- 2) створення нових каналів реалізації сільськогосподарської продукції, зокрема, виробленої в аграрних підприємствах;
- 3) можливість отримання додаткових доходів;
- 4) розвиток і покращення інфраструктури сільської місцевості (благоустрій вулиць, доріг, розвиток комунікацій тощо);
- 5) збереження та розвиток унікальних народних ремесел;
- 6) підвищення рівня життя населення і подолання бідності;
- 7) популяризація української культури;
- 8) збереження та охорона природи.

За таких умов розвиток перспективної галузі неможливий без дієвого державного регулювання та підтримки.

Однією із найважливіших проблем розвитку туристичної діяльності аграрних підприємств є відсутність суттєвої державної підтримки місцевих ініціатив у розвитку послуг сільського зеленого туризму [12, с. 49]. Проте зарубіжний досвід свідчить, що максимального ефекту в розвитку послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами можна досягти лише за умов співпраці органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадських і професійних організацій та підприємницьких структур.

Гострими проблемами туристичної діяльності аграрних підприємств є такі: невідповідність туристичної інфраструктури сільських територій світовому рівню та сучасним вимогам споживачів туристичного ринку; відсутність застосування сучасних маркетингових інструментів просування туристичних послуг аграрних підприємств; відсутність сприятливого інвестиційного клімату, що зумовлює нерозвиненість соціальної інфраструктури; недостатній рівень кадрового забезпечення управління туристичною діяльністю в сільській

місцевості; ускладнена на державному рівні стандартизація туристичних послуг, поліпшення їх якості та впровадження ефективних механізмів державного регулювання розвитку послуг сільського зеленого туризму тощо [13, с. 45].

Для розвитку послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами необхідно вирішити низку завдань [14, с. 49]. Це перш за все:

- на законодавчому рівні визначити організаційні умови надання послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами;
- впровадити систему пільгового довгострокового кредитування на розвиток послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами;
- сформувати пропозиції щодо елементів фірмового стилю для ідентифікації послуг сільського зеленого туризму;
- створити інформаційні засоби та технології з даними щодо клієнтської бази та інформуванням клієнтів про пропозиції з послуг відпочину на селі;
- створити державну інституцію для просування за кордоном в'їзного туризму в Україну, в т.ч. сільського зеленого туризму;
- налагодження співпраці з міжнародними і вітчизняними фондами та залучення грантової і фінансової допомоги, участь у міжнародних програмах розвитку послуг сільського зеленого туризму.

Висновки. Проведений аналіз особливостей державного регулювання послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами показав, що його розвиток у регіонах України щороку стає більш потужним та одним із перспективних шляхів вирішення соціальних питань щодо зайнятості населення у всіх регіонах та їх соціально-економічного розвитку. Виконання поставлених завдань з регулювання та розвитку послуг сільського зеленого туризму сприятиме якісному розвитку, організації й управлінню сільського зеленого туризму, а також залученню інвестицій в туристичну галузь та економіку України.

Література.

1. **Братюк В.П.** Аналіз досвіду західних країн щодо формування державної політики сприяння розвитку туризму. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 9 (135). С. 63-71.
2. Про особисте селянське господарство: Закон України від 15.05.2003 р. № 742-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 29. Ст. 232.
3. Про сільський зелений туризм: проект Закону України від 12.04.2007 р. № 3467. URL : http://tourlib.net/zakon/pro_siltur.htm

4. **Романюк І.А.** Державна підтримка та регулювання розвитку малих підприємств сільського зеленого туризму. *Економіка і менеджмент культури*. № 1. 2017. С. 56-60.

5. **Друк В.В.** Теоретичні аспекти вдосконалення державного управління туристичною сферою. *Економіка та держава*. 2012. № 7. С. 99-101.

6. **Мандич О.В., Романюк І.А., Нікітіна О.М.** PR-маркетинг як один з інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Вісник ХНТУСГ : економічні науки*. 2016. Вип. 177. С. 160-165.

7. **Нездоймінов С.Г.** Державно-приватне партнерство в агрорекреаційній сфері регіону. *Агросвіт*. 2013. № 17. С. 17-22.

8. **Батюк А.А., Квятко Т.М., Бабко Н.М.** Суспільні ринкові трансформації: глобальний контекст. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ, 2018. Вип. 193. С. 110-120.

9. **Ігнатенко М.М., Мармуть А.О., Сарапіна О.А.** Соціально-економічний потенціал сільських територій як основа розвитку підприємств сільського зеленого туризму на засадах інноваційності. *Економіка і менеджмент культури*. № 2. 2016. С. 32-38.

10. **Стеченко Д.М., Безуглий І.В.** Імператив державно-приватного партнерства в рекреаційно-туристичній сфері України. *Регіональна економіка*. 2014. № 4. С. 136-146.

11. **Багрії М.В.** Вдосконалення державного регулювання туристичної привабливості сільських територій. *Агросвіт*. 2014. № 14. С. 69-72.

12. **Мармуть А.О., Романюк І.А.** Потенціал конкурентоспроможності підприємницької діяльності у галузі сільського зеленого туризму. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. Бердянськ: Видавець Ткачук О.В., 2017. № 1(37). С. 47-50.

13. **Пеньковський В.С.** Державне регулювання розвитку сільського зеленого туризму з метою диверсифікації підприємницької діяльності. *Молодий вчений*. № 6(21). 2015. С. 43-46.

14. **Севідова І.О.** Пріоритетні напрями реалізації експортоорієнтованої стратегії аграрними підприємствами. *Економіка та держава*. 2018. № 2. С. 46-49.

References.

1. **Bratyuk V.P.** (2012). Analiz dosvidu zakhidnykh krayin shchodo formuvannya derzhavnoyi polityky spryannya rozvytku turyzmu [An analysis of the experience of Western countries in the formulation of state policy for promoting tourism development]. *Aktual'ni problemy ekonomiky – Current problems of the economy*, No. 9(135), pp. 63-71 [in Ukrainian].

2. Pro osobyste selyans'ke hospodarstvo : Zakon Ukrayiny vid 15.05.2003 r. № 742-IV [On the personal peasant economy: Law of Ukraine of May 15, 2003 No. 742-IV]. (2003). *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny – Information of the Verkhovna Rada of Ukraine*, No. 29. Article 232 [in Ukrainian].

3. Pro sil's'kyy zelenyy turyzm: proekt Zakonu Ukrainy vid 12.04.2007 r. № 3467 [On rural green tourism: Draft Law of Ukraine of April 12, 2007 No. 3467]. (2007). *tourlib.net*. Retrieved from: http://tourlib.net/zakon/pro_siltur.htm [in Ukrainian].

4. **Romaniuk I.A.** (2017). Derzhavna pidtrymka ta rehulyuvannya rozvytku malykh pidpryyemstv sil's'koho zelenoho turyzmu [State support and regulation of development of small rural green tourism enterprises]. *Ekonomika i menedzhment kul'tury – Economics and management of culture*, No. 1, pp. 56-60 [in Ukrainian].

5. **Druk V.V.** (2012). Teoretychni aspekty vdoskonalennya derzhavnoho upravlinnya turystychnoyu sferoyu [Theoretical aspects of improving the state management of the tourism sphere]. *Ekonomika ta derzhava – Economy and the state*, No. 7, pp. 99-101 [in Ukrainian].

6. **Mandych O.V., Romanyuk I.A., & Nikitina O.M.** (2016). PR-marketynh yak odyn z instrumentiv pidvyshchennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [PR-marketing as one of the tools of increasing the competitiveness of the enterprise]. *Visnyk KHNTUSH: ekonomichni nauky – Bulletin KHNTUA: Economic Sciences*. Issue. 177, pp. 160-165 [in Ukrainian].

7. **Nezdoyminov S.H.** (2013). Derzhavno-privatne partnerstvo v ahrorekreatsiyniy sferi rehionu [Public-private partnership in the agro-recreational sphere of the region]. *Ahrosvit – Agro-world*, No. 17, pp. 17-22 [in Ukrainian].

8. **Batyuk L.A., Kyvatko T.M., & Babko N.M.** (2018). Suspil'ni rynkovi transformatsiyi: hlobal'nyy kontekst [Public market transformations: a global context]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnogo universytetu sil's'koho hospodarstva: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv National Technical University of Agriculture: Economic Sciences*, Issue 193, pp. 110-120 [in Ukrainian].

9. **Ihnatenko M.M., Marmul' L.O., & Sarapina O.A.** (2016). Sotsial'no-ekonomichnyy potentsial sil's'kykh terytoriy yak osnova rozvytku pidpryyemstv sil's'koho zelenoho turyzmu na zasadakh innovatsiynosti [Socio-economic potential of rural territories as a basis for development of rural green tourism enterprises on the basis of innovation]. *Ekonomika i menedzhment kul'tury – Economics and management of culture*, No. 2, pp. 32-38 [in Ukrainian].

10. **Stechenko D.M., & Bezuhlyy I.V.** (2014). Imperatyv derzhavno-privatnoho partnerstva v rekreatsiyno-turystychniy sferi Ukrainy [The imperative of public-private partnership in the recreational and tourism sphere of Ukraine]. *Rehional'na ekonomika – Regional economy*, No. 4, pp. 136-146 [in Ukrainian].

11. **Bahriy M.V.** (2014). Vdoskonalennya derzhavnoho rehulyuvannya turystychnoyi pryvabylosti sil's'kykh terytoriy [Improvement of state regulation of tourist attractiveness of rural territories]. *Ahrosvit – Agro-world*, No. 14, pp. 69-72 [in Ukrainian].

12. **Marmul' L.O., & Romaniuk I.A.** (2017). Potentsial konkurentospromozhnosti pidpryyemnyts'koyi diyal'nosti u haluzi sil's'koho zelenoho turyzmu [Competitiveness potential of entrepreneurship in rural green tourism]. *Visnyk Berdyans'koho universytetu menedzhmentu i biznesu – Bulletin of Berdyansk University of Management and Business*, No. 1(37), pp. 47-50 [in Ukrainian].

13. **Pen'kovs'kyi V.S.** (2015). Derzhavne rehulyuvannya rozvytku sil's'koho zelenoho turyzmu z metoyu dyversyfikatsiyi pidpryemnyts'koyi diyal'nosti [State regulation of the development of rural green tourism in order to diversify entrepreneurial activity]. *Molodyi vchenyy – Young scientist*, No. 6 (21), pp. 43-46 [in Ukrainian].

14. **Syevidova I.O.** (2018). Priorytetni napryamy realizatsiyi eksportooryentovanoyi stratehiyi ahrarnymy pidpryemstvamy [Priority directions of implementation of export-oriented strategy by agricultural enterprises]. *Ekonomika ta derzhava – Economy and state*, No 2, pp. 46-49 [in Ukrainian].

Анотація.

Романюк І.А. Основні напрями державної підтримки надання послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами.

Мета. Визначення та обґрунтування напрямів державної підтримки надання послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами. *Методи дослідження.* Були використані як загальнонаукові, так і спеціальні методи наукового пізнання: діалектичний, монографічний, історичний, системно-структурного аналізу й синтезу, проблемно- та програмно-цільового підходів. *Результати дослідження.* У статті на основі аналізу законодавства України щодо послуг сільського зеленого туризму визначено основні напрями державної політики. Виявлено принципи державного регулювання послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами. Обґрунтовано чинники, які поглиблюють наявні проблеми регулювання послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами. Визначено низку завдань, які необхідно вирішити для розвитку послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами. *Наукова новизна.* Пропозиції щодо розширення державної підтримки з наданням послуг сільського зеленого туризму через інструменти прямого й непрямого впливу. *Практична значущість.* Висновки й результати статті можуть бути використані у навчально-науковому процесі економічних факультетів вищих навчальних закладів. Їх доцільно передати для практичного використання в управлінні туристичною діяльністю на рівні підприємств, у діяльності громадських організацій, сільських громад. *Перспективи подальших досліджень.* Виконання поставлених завдань з регулювання та розвитку послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами сприятиме якісному розвитку, організації й управлінню сільського зеленого туризму, а також залученню інвестицій в туристичну галузь та економіку України.

Ключові слова: аграрні підприємства, сільський зелений туризм, послуги, державні підтримка, напрями, проблеми, чинники.

Аннотация.

Романюк И.А. Основные направления государственной поддержки предоставления услуг сельского зеленого туризма аграрными предприятиями.

Цель. Определение и обоснование направлений государственной поддержки предоставления услуг сельского зеленого туризма аграрными предприятиями. *Методы исследования.* Были использованы как общенаучные, так и специальные методы научного познания: диалектический, монографический, исторический, системно-структурного анализа и синтеза, проблемно и программно-целевого подходов. *Результаты исследования.*

В статье на основе анализа законодательства Украины по услугам сельского зеленого туризма определены основные направления государственной политики. Выявлены принципы государственного регулирования услуг сельского зеленого туризма аграрными предприятиями. Обосновано факторы, которые углубляют существующие проблемы регулирования услуг сельского зеленого туризма аграрными предприятиями. Определен ряд задач, которые необходимо решить для развития услуг сельского зеленого туризма аграрными предприятиями. Научная новизна. Предложения по расширению государственной поддержки с предоставлением услуг сельского зеленого туризма через инструменты прямого и косвенного воздействия. Практическая значимость. Выводы и результаты статьи могут быть использованы в учебно-научном процессе экономических факультетов высших учебных заведений. Их целесообразно передать для практического использования в управлении туристической деятельностью на уровне предприятий, в деятельности общественных организаций, сельских общин. Перспективы дальнейших исследований. Выполнение поставленных задач по регулированию и развитию услуг сельского зеленого туризма аграрными предприятиями будет способствовать качественному развитию, организации и управлению сельского зеленого туризма, а также привлечению инвестиций в туристическую отрасль и экономику Украины.

Ключевые слова: *аграрные предприятия, сельский зеленый туризм, услуги, государственные поддержка, направления, проблемы, факторы.*

Abstract.

Romaniuk I.A. Main directions of state support for rendering rural green tourism services by agricultural enterprises.

Goal. Identification and justification of directions of state support for providing rural green tourism services to agricultural enterprises. Research methods. Both general scientific and special methods of scientific cognition were used: dialectical, monographic, historical, system-structural analysis and synthesis, problem- and program-target approaches. Results of the research. In the article the main directions of state policy are determined on the basis of the analysis of the legislation of Ukraine on rural green tourism services. The principles of state regulation of rural green tourism services by agrarian enterprises are revealed. The factors that aggravate the existing problems of regulation of rural green tourism services by agricultural enterprises are substantiated. A number of problems that need to be solved for the development of rural green tourism services by agricultural enterprises are identified. Scientific novelty. Proposals for expanding state support for rural green tourism through direct and indirect impact instruments. Practical importance. The conclusions and results of the article can be used in the educational process of economic faculties of higher educational establishments. They should be transferred for practical use in the management of tourism at the enterprise level, in the activities of public organizations and rural communities. Prospects for further research. The fulfillment of the tasks set for the regulation and development of rural green tourism services by agricultural enterprises will contribute to the qualitative development, organization and management of rural green tourism, as well as attracting investments in the tourism industry and economy of Ukraine.

Key words: *agricultural enterprises, rural green tourism, services, state support, directions, problems, factors.*

СУЧАСНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ ГАЛУЗІ

***СЄВІДОВА І.О., Д.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. В агропромисловому комплексі України основним способом розвитку конкурентного середовища та вдосконалення діяльності, орієнтованої на ринок, поряд з фінансуванням для адаптації до вимог ринку в рамках державної підтримки агропромислового комплексу. Вітчизняні аграрні підприємства перебувають у стані переорієнтації на зовнішній ринок. В даний час на найбільш розвинених агропромислових підприємствах створюються спеціальні підрозділи, які займаються комерційною діяльністю та виконують певні маркетингові функції (пошук клієнтів, аналіз цін, реклама). Однак рівень вітчизняної економіки не відповідає рівню розвинених країн і умови формування маркетингу в вітчизняних аграрних підприємствах мають свої особливості, які призводять до виникнення ряду проблем. В даний час основним завданням агропромислового комплексу є розвиток послуг маркетингу для сталого розвитку аграрно-промислової та інноваційної галузей, для розвитку зовнішнього ринку товарів і послуг.

Важливість цієї теми обумовлюється можливістю застосування інформації про основні аспекти процесу організації маркетингу для оптимізації ринкової діяльності вітчизняних підприємств. Це особливо актуально зараз, в умовах реалізації євроінтеграційних процесів з одного боку та бойових дій, і, як наслідок, соціально-економічної кризи на сході країни з іншого.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблемних питань маркетингової діяльності підприємств та пошуку їх розв'язання присвячено багато наукових праць. У роботі [1] розглянуто систематизацію методичних підходів до трактування економічної сутності маркетингової діяльності та доведено, що перспективними напрямками проведення аналізу маркетингової діяльності є: вдосконалення групування та визначення номенклатури статей витрат маркетингу; розробка методичних рекомендацій щодо проведення змін до нормативно-правового забезпечення обліку витрат маркетингової діяльності; вдосконалення моделі маркетингу в обліковому аспекті.

Глобалізаційні процеси в аграрному секторі супроводжуються зростанням обсягів виробництва та продуктивності сільського господарства [2]. Але, з розвитком глобалізаційних процесів все ясніше проявляється відставання у рівні ресурсного забезпечення вітчизняних товаровиробників. В цих умовах зменшується роль держави в регулюванні аграрної сфери, зростає загроза зниження рівня забезпеченості продовольчої безпеки держави. Проте у [3] показано, що розробка механізмів інтеграції вітчизняних овочівників підприємств у світову систему торгівлі овочами дозволить забезпечити продовольчу безпеку країни і підвищити конкурентоспроможність вітчизняної сільськогосподарської продукції на світовому ринку.

На підставі вивчення досвід США та Німеччини у роботі [4] зазначено, що підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємств аграрної галузі в Україні можна забезпечити, в тому числі, за рахунок дотримання принципу конкурентності при наданні державної підтримки з метою забезпечення рівних умов господарювання для усіх суб'єктів аграрного ринку. Отже, сучасна державна підтримка сільськогосподарських товаровиробників є недостатньо послідовною, стабільною, передбачуваною, що значно знижує дієвість запроваджених заходів. Враховуючи особливості функціонування агропромислового комплексу, забезпечення продовольчої безпеки вимагає реалізації такої аграрної продовольчої політики, яка повинна відігравати більшу роль у державному регулюванні та державній підтримці аграрного сектору, ніж в інших галузях економіки.

Втім у [5] доведено, що поліпшити ситуацію можливо шляхом реформування і розвитку на принципах системності вітчизняної мережі оптової торгівлі, яка буде забезпечувати проходження продукції по всіх ланках ланцюга «виробник – оптовий ринок сільськогосподарської продукції – роздрібний ринок сільськогосподарської продукції – споживач» з метою інтеграції оптового ринку сільськогосподарської продукції України в систему міжнародної торгівлі.

В свою чергу у [6] показано, що сучасні економічні умови вимагають від компаній агропромислового комплексу використання якісно нових методів і принципів маркетингу. Необхідність впровадження маркетингу на підприємствах агропромислового комплексу України визначається досвідом теорії і практики управління агропромисловим комплексом економічно розвинених країн. При формуванні нової системи корпоративного управління в аграрному секторі маркетинг є новим напрямом в організації та управлінні виробництвом і продажами для вітчизняних аграрних підприємств.

Основними принципами розвитку аграрного маркетингу в Україні, як визначено у [7], є наступні: інституційні перетворення, завдяки яким будуть створені умови для сталого розвитку галузі та інвестиційне забезпечення конкурентоспроможності аграрного сектора України.

Маркетинговий інструментарій продовольчого ринку досліджено у [8], зокрема, досліджено ряд особливостей використання маркетингового інструментарію та показано, що у своїй діяльності підприємства повинні враховувати особливості продовольчого ринку і специфіку продовольчої продукції, а також оперативно реагувати та пристосовуватися до змін ринкового середовища.

У дослідженні [9] розроблено науково-методичний підхід щодо оцінювання та підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства та виокремлено часткові показники для оцінювання ефективності елементів комплексу маркетингу. Перспективами подальших досліджень у даному напрямі він вважає вивчення чинників, які впливають на ефективність прийняття та реалізації маркетингової стратегії у діяльності підприємства в сучасних динамічних умовах господарювання.

Таким чином, відзначаючи цінність результатів досліджень, для теорії й практики застосування маркетингу слід зауважити, що окремі аспекти зазначеної проблеми в практичній діяльності аграрних підприємств залишаються недостатньо вивченими. Більш глибоким дослідженням підлягають фактори впливу на маркетингову діяльність підприємств аграрної галузі в контексті євроінтеграції та інтернаціоналізації світових ринків.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо маркетингової орієнтації діяльності аграрних підприємств на ринку.

Для досягнення мети були поставлені такі завдання: визначити основні аспекти впливу на маркетингову діяльність підприємств аграрної галузі в умовах інтернаціоналізації світових ринків; провести аналіз проблем аграрних підприємств в області організації реалізації продукції та вказати шляхи їх вирішення для підвищення ринкової стійкості підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна світова економіка характеризується радикальними системними тенденціями і умовами. Перед Україною зараз стоїть завдання з розгляду інноваційних підходів до ринкової економіки, прийнятих в найбільш розвинених країнах, вирішення нагальних питань адаптації вітчизняної економіки

до найкращих практик. Це означає поліпшення добробуту населення і поліпшення соціально-економічної ситуації. Сьогодні метою державної політики є перетворення аграрного сектору на високоефективний, конкурентоспроможний на внутрішньому та зовнішньому ринках сектор економіки; забезпечення сталого розвитку агропромислового виробництва; створення умов для нормальної господарської діяльності виробництва; підтримка розвитку підприємницької діяльності в цій сфері.

Одним з основних компонентів нової системи управління на підприємствах і в організаціях є система маркетингу. Маркетинг є одним з найбільш передових способів використання сучасного бізнесу. Але його ефективне здійснення має певні труднощі на рівні підприємств. Адже для ефективного управління комерційною і маркетинговою діяльністю підприємства необхідно самостійно здійснювати контроль стану ринку і його аналіз. Одним з ключових питань, звичайно ж, є відсутність досвіду маркетингу в Україні, а також нестача кваліфікованих фахівців.

Необхідно відзначити, що в контексті розвитку ринкових відносин виробничо-економічні відносини, такі як створення гнучкої тактичної політики адаптації до вимог ринку, виробництво, транспортування та зберігання сільськогосподарської продукції, створюють основу для організації власних методик маркетингової діяльності аграрних підприємств, підтримуючи певні тенденції. Ринкове маркетингове співробітництво повинно бути невід'ємною частиною процесу виробництва і маркетингу. У той же час маркетинг на вітчизняних підприємствах повинен бути в формі самостійної організаційної одиниці.

Сутність аграрно-підприємницького маркетингу полягає в тому, що процеси виробництва продукції орієнтовані на підвищення продуктивності та конкурентоспроможності, поєднуючи ресурси підприємства з його цілями і підвищуючи попит на його продукцію. Розвиток аграрних підприємств України в умовах сучасної ринкової економіки стримується дефіцитом виробничих засобів, недостатнім розвитком торгової мережі, дефіцитом попиту, дефіцитом ресурсів. У зв'язку з цим особливості розвитку маркетингових процесів на цьому етапі недостатньо прозорі для іноземних фірм.

Аналіз показує, що аграрний сектор є стратегічним для України і вимагає підвищеної уваги з боку уряду країни. Адже виробництво сільськогосподарської продукції (з урахуванням переробної промисловості) в 2017 році становило 10,2 % від ВВП. Це значно

перевищує рівень виробництва аналогічної продукції в структурі ВВП країн Європейського Союзу [10].

В той же час видатки Державного бюджету України по Мінагрополітики України у 2017 році становили 9,4 млрд грн., що становило 1,2 % від ВВП, в тому числі державне фінансування програм підтримки розвитку АПК – 5,1 млрд грн., що становило 0,7 % від ВВП [11]. На 2019 рік було передбачено видатків Державного бюджету України по Мінагрополітики України – 12,3 млрд грн., з них фінансування програм підтримки розвитку АПК – 5,9 млрд грн. [12].

Проте не зважаючи на збільшення загального обсягу сільськогосподарського виробництва, аграрні підприємства не в повній мірі використовують свої власні можливості в розвитку маркетингового сектора. До того ж існують деякі фактори, які впливають на повільний розвиток аграрного ринку. До факторів прямої дії впливу на діяльність аграрних підприємств на оптовому ринку в умовах глобалізації відносяться: недосконалість механізмів ціноутворення на сільськогосподарському ринку; зростання конкуренції місцевих та іноземних виробників; складнощі створення економічних умов для відповідного економічного відтворення.

До факторів непрямої дії відносяться: проблеми відтворення соціально-трудового потенціалу сільських територій, забезпечення сталого розвитку сільських територій; особливості міжнародних економічних відносин, реалізація державно-приватного партнерства при розбудові ринків; підвищення ролі місцевої влади в фінансовій підтримці функціонування ринків; загальний стан економіки, тощо.

В сучасних умовах господарювання підприємствам в першу чергу потрібно чітко усвідомлювати фактори впливу на управління збутом продукції. Адже, по-перше, зростання цін на виробничі потужності та виробничу діяльність у всіх країнах, що розвиваються є результатом зростання обсягів сільськогосподарського виробництва. Це, в свою чергу, сприяє зростанню їх доходів і витрат, а з іншого боку, монополія обслуговуючих і торгових підприємств створює несприятливі умови для реалізації сільськогосподарської продукції. В результаті спостерігається тенденція зниження абсолютних і відносних доходів його виробників при розрахунку на одну одиницю продукції.

По-друге, значний вплив спричиняє цінове домінування великих виробників в умовах глобальної прозорості ринку сільськогосподарської продукції внаслідок глобалізації світової економіки.

По третє, це неминучість коливань рівня доходів сільгоспвиробників через раптові перепади погодних умов. Аграрні підприємства при несприятливих погодних умовах показують значну різницю в доходах у порівнянні із середньорічним доходом. Ці зміни ведуть до дестабілізації цін на сільськогосподарську продукцію на внутрішньому ринку.

Враховуючи вплив зовнішнього середовища аграрні підприємства можуть визначити ряд заходів для того, щоб врахувавши позитивні та нівелювавши негативні фактори, підвищити ефективність власної збутової діяльності та конкурентоспроможність. Аналіз маркетингу, як системи організаційно-економічної діяльності підприємств найбільш розвинених країн, показує, що в Україні не забезпечені необхідні умови для ефективного розвитку ринкових відносин в аграрній галузі. Тенденції забезпечення маркетингової діяльності в аграрному виробництві за кордоном і порівняльний аналіз маркетингових систем в Україні вказують на те, що недостатній розвиток маркетингу багато в чому пов'язано зі слабкістю політики, недостатнім захистом внутрішнього ринку і, в цілому, поганим розумінням ролі маркетингу.

Однією з основних завдань розвитку маркетингу в Україні є створення комплексної програми по забезпеченню і підтримці конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції. Це вимагає забезпечення державної фінансової підтримки бізнесу, підвищення інвестиційної привабливості сільськогосподарського сектора, розширення сфери маркетингу на аграрних підприємствах. При виконанні цієї програми ринок адаптується до потреб агропромислового комплексу.

Розвиток маркетингової діяльності аграрних підприємств характеризується наступними напрямками:

- інтеграція сил і засобів спрямованих на реалізацію додаткових галузей сільськогосподарського виробництва;
- створення ефективної ринкової системи руху товарної продукції;
- задоволення потреб у сировині для переробних підприємств.

З боку державних регіональних центрів маркетингу це можуть бути:

- маркетингові дослідження на ринку продуктів харчування і інформаційно-рекламна підтримка реалізації продукції;
- оптимізація сільськогосподарського виробництва і товарного асортименту аграрної продукції;
- вдосконалення системи управління рухом продукції і товарообігу.

Регіональні маркетингові центри можуть ефективно працювати в розрізі надання сільськогосподарським товаровиробникам кваліфікованих консультацій в сфері маркетингу. У той же час повинна існувати конкуренція між сегментами, підприємствами та маркетинговими центрами отриманні і обробці ринкової інформації.

Вітчизняні аграрні підприємства в процесі управління маркетингом вирішують наступні завдання:

- комплексне і систематичне вивчення ринкового попиту;
- адаптація продукції до вимог зовнішнього ринку;
- випуск конкурентоспроможної продукції для збільшення експорту;
- просування інтересів підприємства на основі маркетингу.

Об'єктивна необхідність удосконалення системи маркетингу існує в зв'язку з формуванням міжнародної системи маркетингу, виходом на міжнародні сільськогосподарські ринки та необхідністю посилити позиції на внутрішньому ринку сільськогосподарської продукції.

Для прискорення процесу виходу українських підприємств на міжнародні ринки, у [13] автор вважає за потрібне визначитися з галузевими пріоритетами експортної діяльності і надавати дієву державну підтримку саме тим українським товарам, які є перспективними для світового ринку. Адже можна визначити, що одним з найбільш актуальних питань сьогодні є нездатність країни вирішити проблеми продовольчої безпеки без використання маркетингу. Удосконалення застосування маркетингу в агропромисловому комплексі є найважливішою умовою розвитку ринкових відносин і підвищення ефективності діяльності підприємств аграрного сектора.

Таким чином досліджуючи сучасний стан ринкових відносин в Україні, ми бачимо початок формування соціально-економічних передумов для розвитку маркетингової діяльності, формування стійкої економіки в аграрному секторі, розвитку вільного підприємництва, формування ринку сільськогосподарської продукції та розвитку його інфраструктури. В даний час вкрай важливо розглядати маркетинг сільськогосподарський маркетинг як особливий вид діяльності. Це обумовлено тим, що суб'єкти агробізнесу постійно спілкуються один з одним, встановлюють стійкі відносини і забезпечують комплексну платформу для розвитку маркетингу. Економічною основою формування і розвитку маркетингової діяльності в агропромисловому комплексі є розвиток ринкових відносин.

Висновки. Зовнішні фактори впливу включають в себе недосконалість законодавства в сфері регулювання економічної діяльності аграрних підприємств. Сьогодні через розвиток тіньового бізнесу багато аграрних підприємств в ключових питаннях господарсько-економічної діяльності допускають різні помилки та не займаються організацією ефективного управління, включаючи маркетинг. У цьому випадку держава повинна створити сприятливі умови для легального розвитку підприємницької діяльності зрозумілим і законним способом. Також вирішальний вплив спричиняє відсутність точної і достовірної інформації про ринок аграрної продукції всередині аграрного підприємства. У сучасній ринковій економіці будь-яке підприємство не може працювати ефективно, не знаючи, що відбувається на його ринку і в окремих його сегментах. Ці дані можуть бути зібрані за допомогою досліджень на робочому місці або на конкретних ринках. Однак через те, що такі складні дослідження вимагають значного фінансування, більшість агропромислових підприємств нездатні самостійно фінансувати ці дослідження. Більш того, на більшості підприємств не здійснюється навіть спроб організації подібних досліджень.

Рівень ефективності управління маркетингом на підприємствах впливає на темпи зростання товарної продукції, а інтеграція послуг в Україні привела за останні роки до появи промислових і комерційних компаній, промислових і фінансових груп. Ці зрушення змінили характер традиційних каналів реалізації продукції. Визначення структури каналу реалізації вимагає декількох різних рішень визначення рівня і довжини каналу розподілу, тобто вибору кількості і, на основі певних критеріїв, конкретних посередників в системі розподілу. Тим не менш, у даний час система управління маркетингом різна і неоднорідна, позначається невідповідністю відповідних фахівців, відсутність необхідного організаційного, методичного та технічного забезпечення. Фактично, маркетинг ще не набув ролі функції управління, яка регулює поточний робочий процес всіх структурних підрозділів.

Подальші дослідження будуть вестись у напрямку створення нових концепцій маркетингу для забезпечення можливості динамічного керування конкурентоспроможністю та ефективністю підприємств аграрного сектору України.

Література.

1. **Лукаш О.М.** Економічна сутність маркетингової діяльності підприємства. *Економічний простір*. 2014. № 84. С. 172-180.

2. **Калашнікова Т.В.** Теоретико-методологічні засади державного регулювання розвитку аграрного сектора. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2017. № 4. С. 109-113.

3. **Sievidova I.A. et al.** Factors affecting the economic management efficiency of agricultural enterprises in Ukraine. *Problems and Perspectives in Management*. 2017. Vol. 15. No. 2. С. 204-211.

4. **Філюк Г., Піменова О.** Зарубіжний та вітчизняний досвід державної підтримки сільськогосподарських виробників. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2015. Випуск 5 (170). С. 6-10.

5. **Сєвідова І.О.** Розвиток зовнішньоторговельних перспектив оптового ринку сільськогосподарської продукції в контексті євроінтеграції. *Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки»*. 2013. № 8. С. 143-148.

6. **Квятко Т.М.** Агромаркетинг як складова підвищення ефективності діяльності вітчизняних сільгоспідприємств. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Гісцького*. 2014. Т. 16. № 1(1). С. 213-218.

7. **Кравченко Т.В., Піменова Е.В., Римкина М.С.** Развитие аграрного сектора Украины в условиях евро интеграционных процессов. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2016. Вип. 1. С. 163-175.

8. **Писаренко В.В., Запорожченко Т.Г.** Планування використання маркетингового інструментарію на ринку продовольства. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки*. 2013. Вип. 1 (6). С. 45-52.

9. **Кулиняк І.Я., Базарко С.В.** Оцінювання та підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємств. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер. : Економіка*. 2017. Вип. 2. С. 94-100.

10. Data Bank. The World Bank Group. 2019. URL : <http://data.worldbank.org/topic/agriculture-and-rural-development> (date of appeal: 25.11.2019).

11. **Давидов Г.М., Шалімова Н.С., Лисенко А.М., Магопєць О.А.** Оподаткування та державна підтримка сільськогосподарських товаровиробників: регіональні пріоритети та євроінтеграційні пропєси: монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Г.М. Давидова та д-ра екон. наук, проф. Н.С. Шалімової. Кропивницький : ФОП Александрова М.В., 2017. 208 с.

12. Стан фінансування. Довідковий інформаційний ресурс Мінагрополітики. 2019. URL: http://minagro.gov.ua/uk/support_apk?nid = 26751 (дата звернення: 25.11.2019).

13. **Могілова А.Ю., Дмитрієв В.І.** Маркетингова діяльність: особливості виходу підприємства на міжнародний рівень. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Ужгород : УНУ, 2016. Вип. 6, частина 2. С. 108-111.

References.

1. **Lukan O.M.** (2014). Ekonomichna sutnist marketynhovoï diïalnosti pidpriemstva [Economic essence of enterprise marketing activity]. *Ekonomichnyi prostir – Economic space*, No. 84, pp. 172-180 [in Ukrainian].
2. **Kalashnikova T.V.** (2017). Teoretyko-metodolohichni zasady derzhavnoho rehuliuвання rozvytku ahrarnoho sektora [Theoretical and methodological foundations of state regulation of agricultural sector development]. *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. Serii: Ekonomika i menedzhment – Bulletin of Sumy National Agrarian University. Series: Economics and Management*, No. 4, pp. 109-113 [in Ukrainian].
3. **Sievidova I.A. et al.** (2017). Factors affecting the economic management efficiency of agricultural enterprises in Ukraine. Problems and Perspectives in Management, Vol. 15, No. 2, pp. 204-211 [in English].
4. **Fyliuk H., & Pimenova O.** (2015). Zarubizhnyi ta vitchyzniani dosvid derzhavnoi pidtrymky silskohospodarskykh vyrobnykiv [Foreign and domestic experience of state support of agricultural producers]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika – Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economy*, Issue 5(170), pp. 6-10 [in Ukrainian].
5. **Sievidova I.O.** (2013). Rozvytok zovnishnotorhovelnykh perspektyv optovoho rynku silskohospodarskoi produktsii v konteksti yevrointegratsii [Development of foreign trade prospects of the wholesale market of agricultural products in the context of European integration]. *Visnyk KhNAU. Serii: «Ekonomichni nauky» – KhNAU Bulletin. Economic Sciences Series*, No. 8, pp. 143-148 [in Ukrainian].
6. **Kviatko T.M.** (2014). Ahromarketynh yak skladova pidvyshchennia efektyvnosti diïalnosti vitchyznianskykh silhospidpriemstv [Agromarketing as a component of increasing efficiency of activity of domestic agricultural enterprises]. *Naukovi visnyk Lvivskoho natsionalnoho universytetu veterynarnoi medytsyny ta biotekhnologii im. Gzhytskoho – Scientific Bulletin of Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnology Gzhytskoho*, Vol. 16, No. 1(1), pp. 213-218 [in Ukrainian].
7. **Kravchenko T.V., Pimenova E.V., & Rimkina M.S.** (2016). Razvitie agrarnogo sektora Ukrainy v usloviyah evrointegratsionnykh protsessov [Development of the agricultural sector of Ukraine in the context of euro integration processes]. *Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky – Theoretical and applied nutrition of the economy*, Issue 1, pp. 163-175 [in Russian].
8. **Pysarenko V.V., & Zaporozhchenko T.H.** (2013). Planuvannia vykorystannia marketynhovoho instrumentarii na rynku prodovolstva [Planning the use of marketing tools in the food market]. *Naukovi pratsi Poltavskoi derzhavnoi ahrarnoi akademii. Serii: Ekonomichni nauky – Scientific works of Poltava State Agrarian Academy. Series: Economic Sciences*, Issue. 1(6), pp. 45-52 [in Ukrainian].
9. **Kulyniak I.Ya., & Bazarko S.V.** (2017). Otsiniuvannia ta pidvyshchennia efektyvnosti marketynhovoï diïalnosti pidpriemstv [Evaluating and improving the effectiveness of enterprise marketing activities]. *Naukovi visnyk Mukachivskoho derzhavnoho universytetu. Ser.: Ekonomika – Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series: Economics*, Issue. 2, pp. 94-100 [in Ukrainian].

10. The World Bank Group. (2019). Data Bank. Retrieved from: <http://data.worldbank.org/topic/agriculture-and-rural-development> (accessed 25.11.2019) [in English].

11. **Davydov H.M., Shalimova N.S., Lysenko A.M., & Mahopets O.A.** (2017). *Opodatkuвання ta derzhavna pidtrymka silskohospodarskykh tovarovyrobnykiv: rehionalni priorytety ta yevrointebratsiini protsesy* [Taxation and State Support for Agricultural Producers: Regional Priorities and European Integration Processes]. H.M. Davydov & N.S. Shalimova (Eds.). Kropyvnytskyi: FOP Aleksandrova M.V, p. 208 [in Ukrainian].

12. Stan finansuvannia. Dovidkovyi informatsiyni resurs Minahropolityky [Condition of financing. Information resource of the Ministry of Agrarian Policy]. (2019). *minagro.gov.ua*. Retrieved from: http://minagro.gov.ua/uk/support_apk?nid=26751 (accessed 25.11.2019) [in Ukrainian].

13. **Mohylova A.Yu., & Dmytriiev V.I.** (2016). Marketynhova diialnist: osoblyvosti vykhodu pidpryiemstva na mizhnarodnyi riven [Marketing activity: peculiarities of the enterprise's entry to the international level]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu – Scientific Bulletin of Uzhgorod National University*, Issue. 6, part 2, pp. 108-111 [in Ukrainian].

Анотація.

Севідова І.О. Сучасні аспекти розвитку маркетингової діяльності підприємств аграрної галузі.

У статті наведено результати теоретичного узагальнюючого розгляду проблеми розвитку послуг маркетингу для сталого розвитку аграрно-промислової та інноваційної галузей та розвитку внутрішнього ринку товарів і послуг. Визначено, що рівень внутрішнього ринку не відповідає рівню розвинених країн і умови формування маркетингу в вітчизняних аграрних підприємствах мають свої особливості, які призводять до виникнення ряду проблем. Розглянуто проблеми організації процесу маркетингу для оптимізації ринкової діяльності вітчизняних підприємств в умовах реалізації євроінтеграційних процесів.

У пропонованому аналізі діяльності аграрних підприємств визначено основні аспекти впливу на маркетингову діяльність в умовах інтернаціоналізації світових ринків. Сутність маркетингу полягає в тому, що процеси виробництва продукції орієнтовані на підвищення продуктивності та конкурентоспроможності, посилуючи ресурси підприємства з його цілями і підвищуючи попит на його продукцію. Вітчизняні аграрні підприємства попри збільшення загального обсягу сільськогосподарського виробництва, не в повній мірі використовують свої власні можливості в розвитку маркетингового сектора. Визначено основні фактори, що впливають на повільний розвиток аграрного ринку. Враховуючи вплив зовнішнього середовища аграрні підприємства можуть визначити ряд заходів для того, щоб врахувавши позитивні та нівелювавши негативні фактори, підвищити ефективність власної збутової діяльності та конкурентоспроможність. Досліджені аспекти маркетингової діяльності в аграрному виробництві за кордоном і порівняльний аналіз маркетингових систем в Україні вказують на те, що недостатній розвиток маркетингу багато в чому пов'язано зі слабкістю економічної політики, недостатнім захистом внутрішнього ринку і, в цілому, поганим розумінням ролі маркетингу.

Для вирішення поставленої проблеми запропоновано ряд рекомендацій, щодо шляхів підвищення ефективності управління маркетингом на підприємствах, для зростання ринкової стійкості підприємств.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, підприємство, ринок, управління підприємством.

Аннотация.

Севидова И.А. Современные аспекты развития маркетинговой деятельности предприятий аграрной отрасли.

В статье приведены результаты теоретического обобщающего рассмотрения проблемы развития услуг маркетинга для устойчивого развития аграрно-промышленной и инновационной отраслей и развития внутреннего рынка товаров и услуг. Определено, что уровень внутреннего рынка не соответствует уровню развитых стран и условия формирования маркетинга в отечественных аграрных предприятиях имеют свои особенности, которые приводят к возникновению ряда проблем. Рассмотрены проблемы организации процесса маркетинга для оптимизации рыночной деятельности отечественных предприятий в условиях реализации евро интеграционных процессов.

В предлагаемом анализе деятельности аграрных предприятий определены основные аспекты влияния на маркетинговую деятельность в условиях интернационализации мировых рынков. Сущность маркетинга заключается в том, что процессы производства продукции ориентированы на повышение производительности и конкурентоспособности, сочетая ресурсы предприятия с его целями и повышая спрос на его продукцию. Отечественные аграрные предприятия при увеличении общего объема сельскохозяйственного производства, не в полной мере используют свои собственные возможности в развитии маркетингового сектора. Определены основные факторы, влияющие на медленное развитие аграрного рынка. Учитывая влияние внешней среды аграрные предприятия могут определить ряд мер для того чтобы, учтя положительные и нивелировав негативные факторы, повысить эффективность собственной сбытовой деятельности и конкурентоспособность. Исследованные аспекты маркетинговой деятельности в аграрном производстве за рубежом и сравнительный анализ маркетинговых систем в Украине указывают на то, что недостаточное развитие маркетинга во многом связано со слабостью экономической политики, недостаточной защитой внутреннего рынка и, в целом, плохим пониманием роли маркетинга.

Для решения поставленной проблемы предложен ряд рекомендаций относительно путей повышения эффективности управления маркетингом на предприятиях, для роста рыночной устойчивости предприятий.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговая деятельность, предприятие, рынок, управление предприятием.

Abstract.

Sevidova I.A. Modern aspects of the development of marketing activities of agricultural enterprises.

In paper the results of a theoretical generalized consideration of the problem of developing marketing services for the sustainable development of the agro-industrial and innovative industries

and the development of the domestic market for goods and services have been reviewed. It that the level of the domestic market does not correspond to the level of developed countries was determined. The conditions for the formation of marketing in domestic agricultural enterprises have their own characteristics, which lead to a number of problems. The problems of organizing the marketing process to optimize the market activity of domestic enterprises in the context of the implementation of European integration processes are considered.

The analysis of the activities of agricultural enterprises identifies the main aspects of the impact on marketing in the internationalization of world markets proposed. The essence of marketing is that the production processes are focused on increasing productivity and competitiveness, for combining the resources of the enterprise with its goals and increasing the demand for its products. Domestic agricultural enterprises, while increasing the total volume of agricultural production, do not fully use their own opportunities in the development of the marketing sector. The main factors affecting the slow development of the agricultural market are identified. Given the influence of the external environment, agricultural enterprises can determine a number of measures. To take into account the positive and leveling the negative factors, increase the efficiency of our own marketing activities and competitiveness. The investigated aspects of marketing activities in agricultural production abroad and a comparative analysis of marketing systems in Ukraine indicate that insufficient marketing development is largely due to the weakness of economic policy. Inadequate protection of the domestic market and, in general, poor understanding of the role of marketing.

To solve this problem, a number of recommendations have been proposed to increase the effectiveness of marketing management in enterprises, to increase the market stability of enterprises.

Key words: *marketing, marketing activity, enterprise, market, enterprise management.*

УДК 331.101.3:351

ВДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ В УПРАВЛІННІ ДЕРЖАВНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ (НА ПРИКЛАДІ ДП «ДГ «СТЕПНЕ»)

**ЛОЗИНСЬКА Т.М., Д.ДЕРЖ.УПР., ПРОФЕСОР,
КУРПТА С.С., ЗДОБУВАЧ,
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Більшість державних підприємств, так само, як і приватних, зорієнтовані на підвищення ефективності господарської діяльності за рахунок удосконалення технічної бази та впровадження нових технологій. При цьому державні органи влади яким підпорядковуються дані підприємства, меншою мірою переймаються підвищенням якості трудових ресурсів.

До останнього часу підвищення продуктивності праці в державних підприємствах забезпечувалося переважно адмініструванням, яке має форму примусу, постійним контролем та застосуванням адміністративних стягнень. Попри зміну як економічної системи, так і системи державної служби, ще залишилися керівники, які користуються лише тими теоретичними настановами менеджменту, що обстоюють необхідність постійного примусу та контролю в управлінні персоналом. Але для підвищення ефективності управління персоналом державних підприємств на зміну таким підходам повинна прийти практика ширшого використання мотиваційних важелів в роботі з людьми. Саме використання мотиваційних механізмів трудової діяльності працівників замість методів адміністративного примусу є одним із найважливіших шляхів підвищення продуктивності праці та задоволеності робітників, що в результаті дозволить підприємству збільшити обсяги виробництва та створить можливості для подальшого його розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Протягом останніх років дослідженням проблеми мотивації працівників на виробничих підприємствах, описом її багатогранності та складності займалися такі вітчизняні вчені, як: В. Данюк, Г. Дмитренко, С. Вовканич, А. Колот, О. Крушельницька, Н. Мазур, М. Малік, І. Петрова, Ш. Ричин та інші. Що стосується державного сектору та особливостей мотивації державних службовців, то вони описані у роботах таких авторів, як: В. Бондар, М. Іжа, В. Мартиненко, Н. Нижник, Т. Пахомова, О. Пархоменко – Куцевіл, М. Пашкова, С. Сergyїн, І. Шпекторенко. Значна частина робіт цих та інших авторів [1; 2; 3; 4] присвячена підвищенню ефективності державного управління та місцевого самоврядування, зокрема і шляхом удосконалення механізму мотивації.

Найбільш відчутного ефекту від удосконалення мотиваційних механізмів можна отримати, насамперед, на виробничих підприємствах державної власності, оскільки характерна для них слабка мотивація до високопродуктивної праці негативно впливає на якість і продуктивність виробництва порівняно з іншими підприємствами реального сектору економіки.

Формулювання цілей статті. Метою даної роботи є висвітлення проблеми мотивації працівників державних підприємств та розроблення пропозицій щодо удосконалення мотиваційного механізму на прикладі конкретного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Базою для проведення дослідження щодо ролі мотиваційного механізму в управлінні підприємством слугувало державне підприємство «Дослідне господарство «Степне» Полтавського інституту агропромислового виробництва імені М.І. Вавилова Української академії аграрних наук», яке також є базовим господарством Полтавської державної сільськогосподарської дослідної станції, що входить до складу Української академії аграрних наук. Дане господарство, що функціонує на основі державної власності, не підлягає паюванню та приватизації і входить до сфери управління Міністерства аграрної політики та продовольства України.

Господарство «Степне» має статус експериментально-виробничого та призначене для проведення наукових досліджень, випробування і доопрацювання та апробації наукових розробок. Господарська структура підприємства певною мірою відображає його специфіку і представлена такими напрямками:

- виробництво рослинницької і тваринницької продукції;
- кормовиробництво;
- технічне обслуговування та ремонт автомобілів;
- роздрібна і оптова торгівля сільськогосподарською сировиною та продуктами її переробки.

Чисельність працівників, їх розподіл за галузями всередині підприємства, а також характер зайнятості (постійні, тимчасові, сезонні тощо) впливають на формування мотиваційного механізму. Динаміка чисельності працівників досліджуваного підприємства та їх розподіл за галузями наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

**Динаміка чисельності працівників в ДП«ДГ «Степне»,
2016-2018 рр., осіб**

<i>Показники</i>	<i>Роки</i>			<i>2018 р. до 2016 р., %</i>
	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	
Середньооблікова чисельність працівників	230	230	210	91,3
в тому числі: в рослинництві	103	103	107	103,8
в тваринництві	127	127	103	81,1

Джерело: складено автором на основі даних річних звітів підприємства.

Протягом досліджуваного періоду спостерігається зменшення загальної зайнятості на підприємстві (на 8,7 %), в основному за рахунок

скорочення чисельності працівників тваринництва (на 18,9 %). Причини, що обумовили спадну динаміку чисельності персоналу різноманітні, але серед них можна виокремити декілька основних, а саме:

- модернізація виробництва, пов'язана із заміною живої праці уречевленою;
- зменшення масштабів господарської діяльності;
- низький рівень заробітної плати;
- незадовільна організація праці, відсутність можливостей для професійного зростання;
- загальна соціально-економічна та політична ситуація в країні, що обумовлює зростання зовнішньої міграції.

Наведена сукупність чинників не сприяє підвищенню мотивації до праці, що негативно позначається на її продуктивності. За обставин, що склалися в економіці сільського господарства, навіть зростання заробітної плати не компенсує контрпродуктивність складових мотиваційного механізму, що стає зрозумілим при вивченні таблиця 2.

Таблиця 2

**Динаміка продуктивності та оплати праці,
ДП «ДГ «Степне», 2016-2018 рр.**

<i>Показник</i>	<i>Роки</i>			<i>2018 р. до 2016 р., %</i>
	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	
Продуктивність праці в рослинництві: пшениця озима, кг/люд.-год.	109,2	173,1	151,5	138,7
ячмінь ярий, кг/люд.-год.	135,6	87,8	80,8	59,6
кукурудза на зерно, кг/люд.-год.	205,6	179,1	196	95,3
соняшник, кг/люд.-год.	79,9	65,8	78,3	97,9
соя, кг/люд.-год.	103,5	35,5	73,8	71,3
Продуктивність праці в тваринництві: вирощування свиней (в живій масі), кг/люд.-год.	4,8	5,76	4,5	93,8
молоко, кг/люд.-год.	28,5	28,2	30,4	106,7
Розмір фонду оплати праці, тис. грн	11980,0	15681,0	17864,0	149,1
Середньорічна заробітна плата 1-го працівника, тис. грн	52,1	68,2	85,1	163,3
Середньомісячна заробітна плата 1 працівника, грн	4342	5683	7091	163,3

Джерело: складено автором на основі даних підприємства.

Виходячи з отриманих даних збільшення заробітної плати у більшості випадків, не забезпечене зростанням продуктивності праці, та пов'язане виключно з інфляційними процесами в країні та підвищенням розміру мінімальної заробітної плати на законодавчому рівні. Адміністративний характер підвищення заробітної плати, який більшою мірою зорієнтовано на процес відтворення робочої сили, не створює мотиваційних імпульсів, а отже, праця не лише не відрізняється високою напруженістю, але ще й втрачає творчий потенціал. Сільськогосподарська праця не викликає зацікавленості з боку молоді та людей промислових професій, які б змогли знайти своє місце в аграрному секторі економіки.

Стимулювання праці в державних сільськогосподарських підприємствах, яке спрямоване на підвищення мотивації, є обмеженим, оскільки не передбачає використання доплати залежно від доходу, як це практикується в підприємствах приватного сектора економіки. Своєрідність трудової мотивації в державних підприємствах обумовлюється також і тим, що спонуканням до сумлінної праці може бути служіння громаді та державі, патріотизм, прагнення до позитивних суспільних змін, відчуття відповідальності і обов'язку [5].

Виходячи з цього, для розв'язання існуючих проблем в сфері мотивації персоналу та для попередження появи наступних, пропонується, як у дослідному господарстві «Степне», так і в інших державних підприємствах ввести практику мотиваційного моніторингу. Мотиваційний моніторинг визначають як систему постійного спостереження і контролю стану мотивації трудової діяльності [6]. Метою мотиваційного моніторингу як структурної складової моделі системи мотивації персоналу є оперативна діагностика мотиваційної готовності працівників, їх професійної компетентності, дієвості мотиваційних заходів, змін у структурі мотивів, прогнозування їх розвитку і впливу на продуктивність праці [7].

Основними завданнями мотиваційного моніторингу у дослідному підприємстві повинні стати:

- відстеження відповідності працівників встановленим посадою вимогам;
- аналіз ефективності засобів мотиваційного впливу на персонал;
- аналіз впливу мотивації на продуктивність праці;
- оцінювання задоволеності працівників запровадженою на підприємстві системою мотивації;
- установа відповідності системи мотивації стратегії та цілям підприємства [8];
- використання результатів моніторингу як для поточного управління, так і для стратегічного планування діяльності організації [7].

Загалом для системного спостереження за мотиваційною складовою трудової діяльності потрібно комплексно аналізувати такі аспекти як: ступінь задоволеності працівників запровадженою на підприємстві системою мотивації, стабільність персоналу, забезпечену впливом мотиваційних заходів, які проводяться керівництвом організації.

Для запровадження даної системи в господарстві пропонується спочатку дослідити ієрархію мотивів та потреб робітників і персоналу підприємства. Для даного дослідження інспектор кадрів може використовувати наступні методи: спостереження, опитування (тестування, анкетування), мотиваційна бесіда, мотиваційний семінар. Етапи, за якими слід організовувати та проводити дані заходи докладно описані науковцями та наведені на рис. 1 [8, с. 425].



Рис. 1. Етапи мотиваційного моніторингу [8]

Джерело: [8, с. 425].

За допомогою мотиваційного моніторингу керівництво отримає змогу приймати більш виважені управлінські рішення щодо мотивації персоналу та їх реалізації на основі інформації, яку було отримано під час спостережень та аналізу. Спостереження за реалізацією системи мотивації дозволить прогнозувати найважливіші пропорції та структурні зміни у мотиваційному середовищі, виявляти та усувати проблемні аспекти у формуванні стратегічної відповідності персоналу

[6]. Також запровадження мотиваційного моніторингу на підприємстві дасть поштовх до подальшого вдосконалення методів мотивації на підприємстві та до розробки більш ефективної кадрової політики. Найскладнішими етапами процесу здійснення мотиваційного моніторингу і коригування системи мотивації є її впровадження в господарську практику та вимірювання наслідків застосування оновленого мотиваційного механізму, оскільки його вплив буде спостерігатися на тлі взаємодії з іншими економічними чинниками.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отже, впровадження запропонованої практики мотиваційного моніторингу сприятиме вдосконаленню механізму мотивації праці в державних підприємствах, підвищать ефективність управління персоналом завдяки впровадженню стандартів відповідності працівників своїм посадам, а застосування комплексу психологічних заходів із збереження людського капіталу на підприємстві таких, як індивідуальна й групова бесіди, опитування, анкетування, дасть змогу керівництву ретельно оцінити кожного працівника, зробити відповідні висновки і вжити заходи щодо перегляду мотивації співробітників, а також створити міцний колектив, здатний переживати кризові ситуації і бути відкритим до інновацій. А це в свою чергу дозволить підвищити лояльність працівників до державних організацій та товарів і послуг, що вони пропонують.

Література.

1. **Пахомов І., Пахомова Т.** Механізми підвищення ефективності системи державної служби в нових умовах розвитку держави. *Право України*. 2009. № 10. URL : <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/28685/12-Pakhomov.pdf?sequence=1>.
2. **Пархоменко-Куцевіа О.** Теоретико-методологічний аналіз розвитку системи державної служби України. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2015. Вип. 2. С. 251-259. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/dums_2015_2_27.
3. **Гончарук Н.** Взаємодія місцевих органів влади в Україні. *Актуальні проблеми державного управління*: зб. наук. праць. 2002. Вип. 2(12). Дніпропетровськ : ДРІДУ УАДУ. С. 196-205.
4. **Проданова А.В., Котляревський О.В.** Дослідження мотиваційного механізму підприємницької діяльності як умови ефективного інкубування бізнесу в національній економіці. *Інтелект XXI*. 2017. № 1. С. 96-103. URL : http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2017/2017_1/13.pdf.
5. **Гузар А.** Мотиваційні чинники підвищення ефективності діяльності публічних службовців в Україні. *Ефективність державного управління*. 2013. Вип. 35. С. 196-202.

6. **Богиня Д.П., Семикіна М.В.** Трудовий менталітет у системі мотивації праці. Кіровоград : «Поліграф-Терція». 2002. 226 с.

7. **Чернушкіна О.О.** Стратегічні аспекти запровадження мотиваційного моніторингу у системі мотивації працівників. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2016. № 3. Т. 1. С. 50-54.

8. **Колот А.М., Цимбалюк С.О.** Мотиваційний менеджмент : підручник. К. : КНЕУ. 2014. 479 с.

References.

1. **Pahomov I., & Pahomova T.** (2009). Mekhanizmy pidvyshshennia efektyvnosti systemy derzhavnoi sluzhby v novykh umovakh rozvytku derzhavy [Mechanisms of increasing the efficiency of the civil service system in the new conditions of state development]. *Pravo Ukrainy – Law of Ukraine*, No. 10. Retrieved from: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/28685/12-Pakhomov.pdf?sequence=1> [in Ukrainian].

2. **Parkhomenko-Kutsevil O.** (2015). Teoretyko-metodologichniy analiz rozvytku systemy derzhavnoi sluzhby Ukrainy [Theoretical and methodological analysis of the development of the civil service of Ukraine]. *Derzhavne upravlinnia ta mistseve samovriadiuvannia – Public administration and local self-government*, Issue. 2, pp. 251-259. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/dums_2015_2_27 [in Ukrainian].

3. **Goncharuk N.** (2002). Vzaïmodiia mistsevykh organiv vlady v Ukraini [Interaction of Local Authorities in Ukraine]. *Aktualni problemy derzhavnoho upravlinnia: zhb. nauk. prazh – Actual problems of public administration: a collection of scientific works*, Issue. 2(12). Dnipropetrovsk : DRIDU UADU, pp. 196-205 [in Ukrainian].

4. **Prodanova L.V., & Kotliarevskiy O.V.** (2017). Doslidzhennia motyvatsiinoho mekhanizmu pidpriemnytskoi diïalnosti yak umovy efektyvnoho inkubuvannia biznesu v natsionalnii ekonomitsi [Investigation of the motivational mechanism of entrepreneurial activity as a condition for effective incubation of business in the national economy]. *Intelekt XXI – Intelligence XXI*, No. 1, pp. 96-103. Retrieved from: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2017/2017_1/13.pdf [in Ukrainian].

5. **Guzar L.** (2013). Motyvatsiini chynnyky pidvyshshennia efektyvnosti diïalnosti publicnykh sluzhbovtiv v Ukraini [Motivational factors of increasing the efficiency of public servants in Ukraine]. *Efektivnist derzhavnoho upravlinnia – Public administration efficiency*, Issue. 35, pp. 196-202 [in Ukrainian].

6. **Bogynia D.P., & Semykina M.V.** (2002). *Trudovi mentalitet v systemi motyvatsii pratsi* [Labor mentality in the system of work motivation]. Kirovograd: «Poligraf-Tertsia», p. 226 [in Ukrainian].

7. **Chernyshkina O.O.** (2016). Strategichni aspekty zaprovadzhennia motyvatsiinoho monitoryngu u systemi motyvatsii pratsivnykiv [Strategic aspects of the introduction of motivational monitoring in the employee motivation system]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu – Bulletin of Khmelnytsky National University*, No. 3, Vol. 1, pp. 50-54 [in Ukrainian].

8. **Kolot A.M., & Tsymbaliuk S.O.** (2014). *Motyvatsiyni menedzhment* [Motivational management]. Kyiv : KNEU, p. 479 [in Ukrainian].

Анотація.

Лозинська Т.М. Куріпта С.С. Вдосконалення мотиваційного механізму в управлінні державними підприємствами (на прикладі ДП «ДГ «Степне»).

Стаття присвячена висвітленню ролі механізму мотивації в підвищенні економічної ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств державної форми власності. Звертається увага на актуальність відмови від адміністративних методів управління на користь економічним. Здійснено аналіз чинників, що негативно впливають на мотивацію до високоефективної праці в державних сільськогосподарських підприємствах, які мають дослідницький статус. Виявлено, що підвищення заробітної плати в досліджуваному підприємстві не сприяло підвищенню продуктивності праці, оскільки є наслідком інфляції. Зроблено висновок, що адміністративний характер підвищення заробітної плати не лише не створює надійної мотивації до праці, а й знижує творчий потенціал підприємства. Обстоюється думка про доцільність забезпечення зв'язку заробітної плати з прибутковістю підприємств державної форми власності. Слушною видається практика приватних підприємств, керівники яких частину отриманого прибутку розподіляють між працівниками-співвласниками підприємств у вигляді дивідендів. Зазначається також, що своєсвідність трудової мотивації в державних підприємствах обумовлюється, поряд з іншим, тим, що спонуканням до сумлінної праці може бути служіння громаді та державі, прагнення до позитивних суспільних змін, відчуття відповідальності і обов'язку тощо. Для розв'язання існуючих проблем в сфері мотивації персоналу та для попередження появи наступних, пропонується як у дослідному господарстві «Степне», так і в інших державних підприємствах ввести практику мотиваційного моніторингу. Обґрунтовується, що метою мотиваційного моніторингу як структурної складової системи мотивації персоналу є оперативна діагностика мотиваційної готовності працівників, їх професійної компетентності, дієвості мотиваційних заходів, змін у структурі мотивів, прогнозування їх розвитку і впливу на продуктивність праці. Окреслено основні завдання мотиваційного моніторингу.

Ключові слова: мотивація, мотиваційний механізм, мотиваційний моніторинг, заробітна плата, державне підприємство.

Аннотация.

Лозинская Т.Н. Курипта С.С. Совершенствование мотивационного механизма в управлении государственными предприятиями (на примере ГП «ОХ» Степное).

Статья посвящена освещению роли механизма мотивации в повышении экономической эффективности деятельности сельскохозяйственных предприятий государственной формы собственности. Обращается внимание на актуальность отказа от административных методов управления в пользу экономическим. Осуществлен анализ факторов, негативно влияющих на мотивацию к высокопроизводительному труду в государственных сельскохозяйственных предприятиях, имеющих исследовательский статус. Выявлено, что повышение заработной платы в исследуемом предприятии не способствовало повышению производительности труда, поскольку является следствием инфляции. Сделан вывод, что административный характер повышения заработной платы не только не создает надежной мотивации к труду, но и снижает творческий потенциал предприятия. Отстаивается мнение о целесообразности обеспечения связи

заработной платы с доходностью предприятий государственной формы собственности. Справедливым представляется практика частных предприятий, руководители которых часть полученной прибыли распределяют между работниками-совладельцами предприятий в виде дивидендов. Отмечается также, что своеобразие трудовой мотивации в государственных предприятиях определяется, среди прочего, тем, что побуждением к добросовестному труду может быть служение обществу и государству, стремление к положительным общественным изменениям, чувство ответственности и долга и тому подобное. Для решения существующих проблем в сфере мотивации персонала и для предупреждения появления следующих предлагается как в опытном хозяйстве «Степное», так и в других государственных предприятия ввести практику мотивационного мониторинга. Обосновывается, что целью мотивационного мониторинга как структурной составляющей системы мотивации персонала является оперативная диагностика мотивационной готовности работников, их профессиональной компетентности, эффективности мотивационных мероприятий, изменений в структуре мотивов, прогнозирования их развития и влияния на производительность труда. Определены основные задачи мотивационного мониторинга.

Ключевые слова: мотивация, мотивационный механизм, мотивационный мониторинг, заработная плата, государственное предприятие.

Abstract.

Lozynska T.M., Kuripta S.S. Improvement of motivation mechanism in governance of state enterprises (on the example of GI «PF «Stepne»).

The article is devoted to highlighting the role of motivation mechanism in improving the economic efficiency of state-owned agricultural enterprises. Attention is drawn to the urgency of abandoning administrative management methods in favor of economic ones. The analysis of the factors that negatively influence the motivation for highly productive work in state agricultural enterprises that have research status. It was found that the increase in wages in the studied enterprise did not contribute to the increase of labor productivity as it is a consequence of inflation. It is concluded that the administrative nature of wage increases not only does not create reliable motivation for work, but also reduces the creative potential of the enterprise. It is argued that it is advisable to link wages with the profitability of state-owned enterprises. It is a good practice for private companies, the managers of which distribute part of the profits received among employees-co-owners of enterprises in the form of dividends. It is also noted that the peculiarity of labor motivation in state-owned enterprises is due, among other things, to the motivation for honest work to serve the community and the state, the desire for positive social change, a sense of responsibility and obligation and so on. In order to solve the existing problems in the sphere of personnel motivation and to prevent the emergence of the following, it is proposed to introduce the practice of motivational monitoring in the Stepne pilot farm as well as in other state-owned enterprises. It is substantiated that the purpose of motivational monitoring as a structural component of the personnel motivation system is to promptly diagnose the motivational readiness of employees, their professional competence, the effectiveness of motivational measures, changes in the structure of motives, forecasting their development and impact on labor productivity. The main tasks of motivational monitoring are outlined.

Key words: motivation, motivational mechanism, motivational monitoring, wages, state-owned enterprise.

ТРАНСМІСІЯ ЦІНИ МІЖ УЧАСНИКАМИ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО ЛАНЦЮГА ПРОДУКЦІЇ СКОТАРСТВА

***КРАВЧЕНКО О.М., к.е.н., доцент,
НЕТЕЦЬКИЙ А.Г., старший викладач,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Агропродовольча система є складною, багатокomпонентною та багаторівневою дійсністю, в якій стикаються інтереси різногалузевих учасників економічних відносин із приводу продовольчого забезпечення споживачів. Саме ціна містить у собі всю складність економічних відносин. Так, учасниками (суб'єктами, операторами) агропродовольчого цінового ланцюга є сільськогосподарські товаровиробники (підприємства та господарства населення), переробні підприємства харчової промисловості та представники оптово-роздрібної торгівлі. Також до учасників ринку відносять державу та кінцевого споживача (населення).

Наразі в Україні склалась така ситуація, коли, з одного боку, сільськогосподарські товаровиробники продукції тваринництва, перебуваючи на самому початку цінового ланцюга, мають найменші важелі комерційного впливу на інших учасників і тому є ціноотримувачами. Отримана ціна не залежить від розміру та зміни витрат товаровиробників, тому часто не дозволяє здобути економічно виправданий прибуток на вкладений капітал. З іншого боку, споживча (роздрібна) ціна, сплачена населенням, є надто високою, що не дозволяє довести обсяги споживання м'ясо-молочної продукції до науково обґрунтованих норм. Тому в сучасних умовах господарювання важливо оцінити та проаналізувати як саме функціонує механізм передачі (трансмисії) ціни на продукти харчування між учасниками агропродовольчого ланцюга, зокрема, ринку продукції скотарства. Оцінка та аналіз характеру механізму трансмісії ціни та його ролі у розвитку економічних відносин між учасниками ринку дозволить визначитись із заходами щодо їх (відносин) гармонізації, з одного боку, та підтримки купівельної спроможності споживачів, з іншого.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам ціноутворення на ринку продукції скотарства, а саме трансмісії ціни між основними учасниками агропродовольчого ланцюга, приділяли увагу такі науковці, як О. Бондар, О. Козак, Н. Копитець [1], М. Ільчук, І. Коновал [2; 3], В. Місюк [4; 5], А. Панкратова [6], Н. Якубовська та М. Лук'яник [7], О.М. Шпичак та О.О. Шпичак [8; 9] та інші. Особливої уваги заслуговують роботи М. Пархомця [10] щодо забезпечення дохідності сільськогосподарських підприємств та О. Бондар, О. Козака і Н. Копитця [1] щодо врегулювання відносин між виробниками, продавцями та споживачами соціально-значущих продуктів харчування, до яких належить м'ясо-молочна продукція галузі скотарства.

У зарубіжній літературі питанням трансмісії ціни в агропродовольчому ланцюгу з постачання продуктів харчування приділяли увагу такі вчені: М. Aragrande і М. Canali (Італія) [11], J. F. Barahona і W. Chulaphan (Тайланд) [12], I. Hassouneh, T. Serra і J.M. Gil (Іспанія) [13], Н. Karikallio (Італія) [14], X. Liu (Фінляндія) [15] та інші.

Незважаючи на численні дослідження та їх наукову значущість, не повною мірою вирішеним залишається питання дії механізму трансмісії ціни між суб'єктами внутрішнього ринку м'ясо-молочної продукції галузі скотарства та його впливу на розвиток економічних відносин між основними учасниками агропродовольчого ланцюга.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в тому, щоб на прикладі м'ясо-молочної продукції скотарства оцінити та проаналізувати механізм передачі (трансмісії) ціни між учасниками агропродовольчого ланцюга і виявити аномалії, дисбаланси та дисгармонії розвитку економічних відносин між зазначеними учасниками.

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін «трансмісія» буквально означає «передавальний механізм». В економіці найбільш широко використовується у сфері грошово-кредитного регулювання і бере початок у кейнсіанському аналізі послідовностей макроекономічних змінних [16]. Виходячи з цього, цінова трансмісія є процесом послідовної передачі шоків (імпульсів) цін одних товарів на ринковій ціні інших.

Трансмісійний підхід передачі ціни є практичним інструментом кількісної оцінки розміру зміни ціни на ринку і в часі, протягом якого ця зміна відбувається. Іншими словами, трансмісія ціни – це зміна ринкової ціни одного товару, що в часі викликано (обумовлено) зміною ринкової ціни іншого товару.

Існує декілька моделей трансмісії ціни: вертикальна, горизонтальна та крос-товарна [12]. Вертикальна трансмісія ціни

пов'язана з технологічними особливостями поставок продуктів харчування, а саме з відносно самостійними процесами виробництва, переробки та торгівлі. Прикладом вертикальної моделі може бути збільшення ціни на живу масу тварин, які перебувають на відгодівлі у сільськогосподарського товаровиробника, що автоматично призводить до еквівалентної зміни витрат на виробництво м'яса охолодженого у харчовій переробній промисловості. В кінці цінового ланцюга це збільшення переходить у роздрібну (споживчу) ціну.

Горизонтальна або географічна трансмісія ціни здійснюється під час міжрегіональної та міжнародної торгівлі, коли зміна ціни одного товару на одному ринку обумовлена зміною такого самого товару на іншому ринку. Крос-товарна передача ціни здійснюється у ланцюгу поставок товарів-замінників. Наприклад, збільшення внутрішньої ціни на яловичину та свинину суттєво зменшило обсяг споживання м'яса цих видів, тим самим збільшило попит на м'ясо птиці, а відповідно і його ціну. Особливістю формування кінцевої споживчої ціни м'ясо-молочної продукції галузі тваринництва є обов'язковість проходження декількох основних організаційно-технологічних процесів, таких як безпосередньо виробництво, переробка та оптово-роздрібна торгівля кінцевою продукцією. Зазначені процеси є складовими агропродовольчого ланцюга (рис. 1).

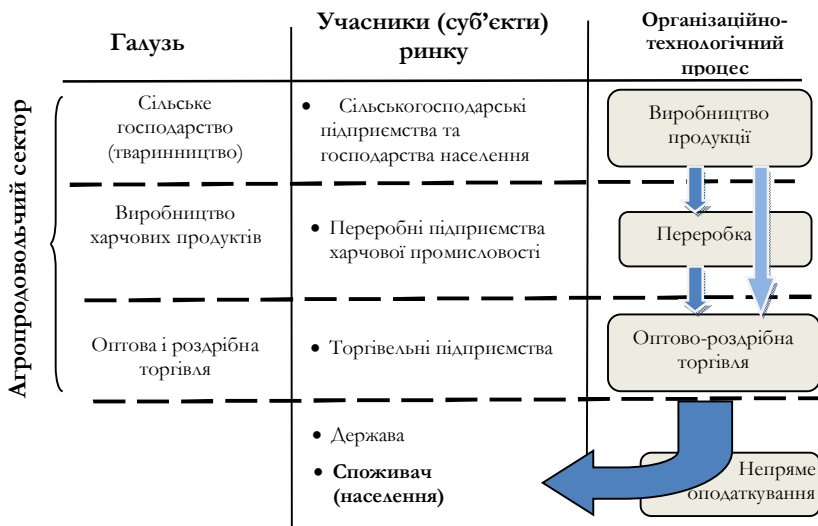


Рис. 1. Блок-схема агропродовольчого ланцюга поставок тваринницької продукції

Джерело: розроблено автором

За часи незалежності в Україні склалася дуальна структура виробництва продукції тваринництва, так, згідно даних статистичного щорічника країни, у 2018 році 52,5 % виробляється господарствами населення та 47,5 % – підприємствами. Відносно стану та економічної ефективності виробництва та реалізації продукції скотарства як підгалузі тваринництва сучасними дослідженнями доведено, що скотарство є системотвірною галуззю економіки нашої країни, від розвитку якої залежить рівень продовольчої безпеки держави та соціально-екологічної рівноваги у сільськогосподарському виробництві [3, с. 83]. Основними видами продукції є м'ясо (яловичина та телятина) і молоко великої рогатої худоби (ВРХ).

Станом на 1.01.2019 року в Україні утримується 3 332,9 тис. голів ВРХ, в тому числі 1 919,4 тис. корів, що на 30 % менше рівня 2010 року, або у 3,2 рази менше числа голів ВРХ та у 2,8 рази – корів порівняно з 2000 роком. Частка кількості тварин за категоріями господарств така: 34 % голів ВРХ та 24 % корів утримується в підприємствах, 66 % та 76 % – в господарствах населення. Обсяги виробництва у 2018 році у країні такі: м'яса яловичини та телятини – 359 тис. тонн (або 84 % та 47,6 % відносно 2010 та 2000 років, відповідно), молока – 10 064 тис. тонн (або майже 90 % та 80 % відносно попередніх відповідних років). Ефективність (рівень рентабельності) виробництва м'ясо-молочної продукції підприємствами наведено на рис. 2.



Рис. 2. Рівень рентабельності виробництва продукції скотарства в сільськогосподарських підприємствах за 2010-2018 роки, %

Джерело: Дані державної служби статистики України

Отже, рівень збитковості виробництва м'яса ВРХ протягом 2010-2018 років (за винятком 2017) коливається від 18 % до 43 % отриманих збитків. Виробництво молока є прибутковим з динамікою рівня прибутковості від 3 % до 27 %; водночас ріст цін на промислову продукцію, вартість якої закладається у собівартість сільгосппродукції, протягом майже всього періоду суттєво перевищує рівень рентабельності виробництва молока.

Представимо динаміку цін агропродовольчого ланцюга «виробництво-переробка-торгівля» продукції скотарства (рис. 3, 4). Для цього було опрацьовано середні ціни реалізації м'ясо-молочної продукції сільськогосподарськими виробниками (підприємствами та господарствами населення), середні ціни виробників промислової продукції (за основними видами харчових продуктів) та середні споживчі ціни на товари (послуги) по Україні за 9 місяців 2019 року.

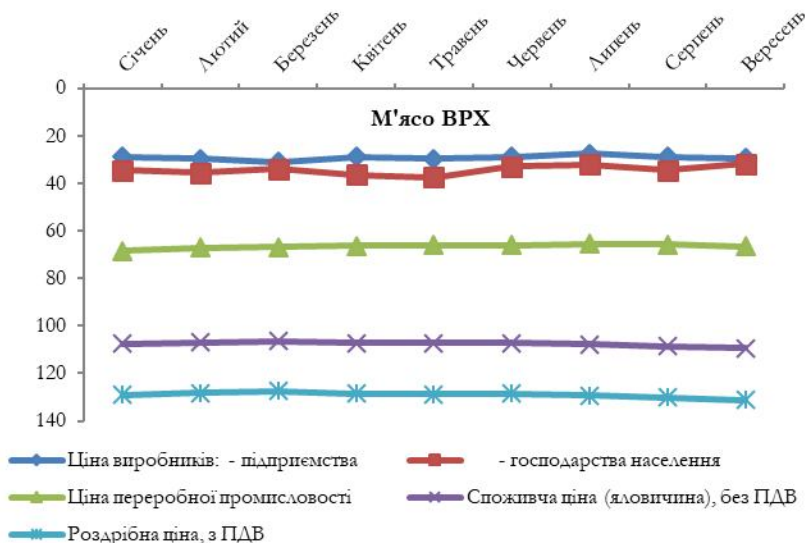


Рис. 3. Динаміка цін на м'ясо ВРХ в агропродовольчому ланцюгу за 9 місяців 2019 року, грн/кг

Джерело: Дані Державної служби статистики України

Середня закупівельна ціна на м'ясо від сільгоспвиробників становить від 28 грн до 34 грн за 1 кг живої маси (залежно від категорії господарства); представники переробної галузі реалізують м'ясо за ціною 66,30 грн; суб'єкти торгівлі – 107,50 грн (без ПДВ); кінцевий споживач сплачує за 1 кг яловичини майже 130 грн.

Молоко сільськогосподарські виробники реалізують по 6,60-8,0 грн за літр; переробні підприємства – по 15,45 грн, суб'єкти торгівлі вже отримують більше 20 грн, відповідно для населення середня ціна молока, з урахуванням ПДВ, становить 24,25 грн, або, як мінімум, у 3 рази більше, ніж отримують утримувачі корів.

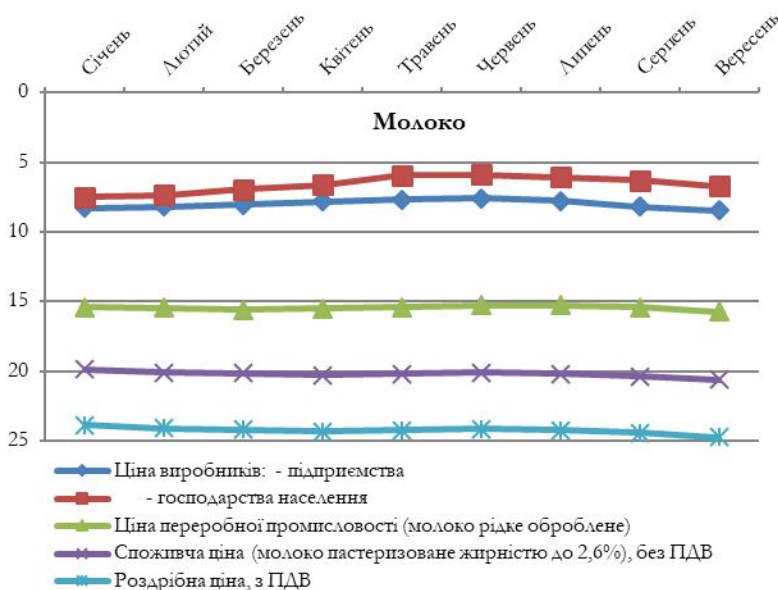


Рис. 4. Динаміка цін на молоко в агропродовольчому ланцюгу за 9 місяців 2019 року, грн/кг

Джерело: Дані Державної служби статистики України

Ми не враховували якість молока за вмістом жиру та білка. Оскільки для промислового виробництва молока з умістом жиру 2,5 % і білка – 2,8 % використовується сировинне молоко зі значно вищими

параметрами якості. Наприклад, за дослідженнями Панкратової Л.А. [6, с. 118], в 2012 р. вміст жиру в молоці від сільськогосподарських підприємств становив 3,59 %, від господарств населення – 3,49 %, а розрахунок жирності проводився за базисними показниками вмісту жиру та білка – 3,4 і 3,0 % (здебільшого лише за вмістом жиру). Зрозуміло, що частина жиру з сировинного молока вилучається переробними підприємствами для виробництва інших молочних продуктів. Тому автором було проведено відповідний перерахунок сировинного молока базисної жирності (3,4 %) у молоко жирністю 2,5 %, що знижувало закупівельну ціну від сільськогосподарських товаровиробників на 25 %. Ми такий перерахунок не здійснювали.

Залежно від категорії господарства різниця в ціні реалізації м'яса ВРХ та молока як сировини зумовлена якістю і кількістю продукції. Так, м'ясо в живій масі реалізується господарствами населення на 10-25 % дорожче, ніж підприємствами, з урахуванням «органічності» кінцевого продукту. Водночас середня ціна на молоко від господарств населення, навпаки, на 10-25 % нижча за ціну, яку отримують підприємства. Причиною є те, що населення реалізує сире молоко відносно малими партіями та із значно більшою бактеріцидною та бактеріальною забрудненістю. Дослідженнями М. Ільчук виявлено найвищий рівень ефективності виробництва молока на підприємствах, які утримували від 1000 до 1500 голів корів. Вони також мали найвищі параметри продуктивності тварин, прибутку в розрахунку на одиницю продукції та найвищі ціни реалізації. Все завдяки масштабу виробництва та економії витрат на корми шляхом використання побічної продукції галузі рослинництва та продукції від її переробки [3, с. 88].

Частку кожного з учасників агропродовольчого цінового ланцюга наведено на рис. 5. Отже, у формуванні кінцевої споживчої ціни, в якій лише до 25 % отримують безпосередні виробники м'яса та до 35 % – виробники молока, класичні механізми ринкового ціноутворення не діють. Основним чинником ціноутворення є монопольний статус певних суб'єктів на ринку, які й встановлюють «правила гри». Парадоксальним є те, що ціни на м'ясо-молочну продукцію у роздрібній мережі вже давно досягли рівня провідних країн світу, а основні товаровиробники – власники худоби, продовжують

скорочувати поголів'я. На думку Л.Л. Панкратової саме «торгівельні мережі виступають нині головним гравцем і безперечним диктатором правил гри в продовольчих ланцюгах» [6, с. 116].



Рис. 5. Структура споживчої (роздрібної) ціни м'ясо-молочної продукції у вересні 2019 року, %

Джерело: Власні дослідження за даними Державної служби статистики України

Оцінка й аналіз механізму вертикальної передачі (трансмісії) ціни дає розуміння того, якою мірою та протягом якого часу (часовий лаг) відбувається реакція суб'єктів переробки і торгівлі на зміну ціни сільськогосподарської сировини. Для цього ми використали лінійну регресію із застосуванням метода найменших квадратів (МНК). Цей метод є одним із найбільш універсальних і ефективних способів вирівнювання емпіричних рядів у кореляційно-регресійному аналізі. Задачею метода є оцінка закономірностей, які спостерігаються на тлі випадкових коливань, та її використання для подальших розрахунків, зокрема, для прогнозування. Загальна формула: $y = mx + b$ або $y = m_1x_1 + m_2x_2 + \dots + b$ [17].

На рисунках 6 та 7 представлено помісячну динаміку цін на м'ясо-молочну продукцію впродовж 2013-2018 років та 9 місяців 2019 року у всіх ланках (етапах) агропродовольчого ланцюга (виробництво, переробка і торгівля). Побудовано три лінійні трендові моделі, які дозволили спрогнозувати тенденції зміни ціни на кожному організаційно-технологічному етапі реалізації продукції.

Адекватність (достовірність, надійність) трендових моделей оцінено за допомогою розрахованих коефіцієнтів кореляції (R) та апроксимації (R^2), які є універсальними.

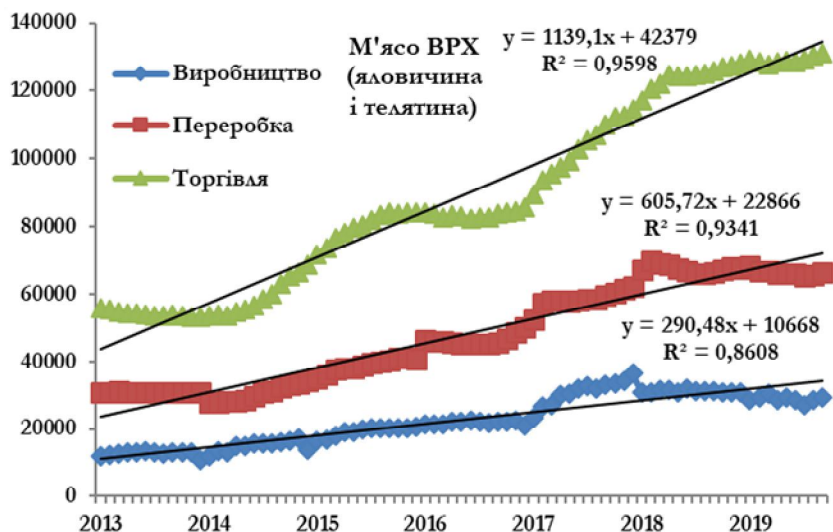


Рис. 6. Лінійна трендова модель цін (грн/т) на м'ясо ВРХ учасників агропродовольчого ланцюга

Джерело: Власні дослідження за даними Державної служби статистики України

Коефіцієнт кореляції – показник, який використовують для вимірювання щільності зв'язку між результативними і факторними ознаками у кореляційно-регресійній моделі за лінійної залежності. За абсолютною величиною R коливається в межах від -1 до $+1$. Чим ближчий цей показник до 0 , тим слабшим є зв'язок, чим ближчий він до ± 1 – тим зв'язок тісніший. Знак « $+$ » при коефіцієнті кореляції означає прямий зв'язок між ознаками x і y , знак « $-$ » – обернений.

Так, результати розрахунків доводять, що збільшення ціни м'яса у живій масі і сирого молока від сільськогосподарського виробника автоматично, миттєво призводить до збільшення ціни м'яса охолодженого і рідкого обробленого молока у харчовій переробній промисловості та споживчої ціни яловичини і молока в торгівлі, яку сплачує кінцевий споживач (населення).

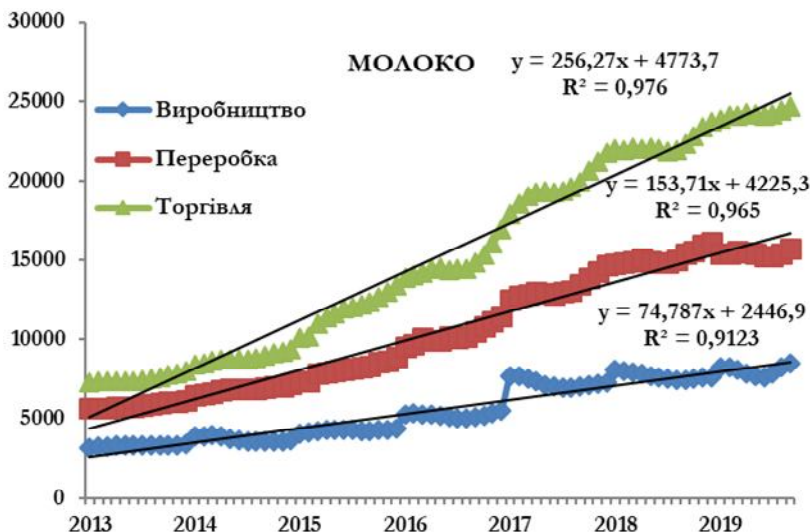


**Рис. 7. Лінійна трендова модель цін (грн/т)
на молоко учасників агропродовольчого ланцюга**

Джерело: Власні дослідження за даними Державної служби статистики України

На скільки, або якою мірою, чи в якому розмірі передається ціновий шок (імпульс) збільшення вартості сирової м'ясо-молочної продукції до кінцевого споживача у торгівлі представлено у табл. 1.

Так, економічний зміст здобутих результатів щодо зміни ціни на м'ясо ВРХ такий: з кожним періодом (у наших розрахунках – місяцем) ціна тонни м'яса збільшується у виробника на 290,5 грн, або з темпом у +0,996 %, у представника переробки – на 605,7 грн (+0,912 %), у суб'єкта торгівлі – на 1139,1 грн (+0,869 %). За підвищення ціни реалізації м'яса (як сировини) сільгоспвиробниками на 1 грн у переробній промисловості ціна збільшується на 1,91, а споживча ціна в торгівлі – на 3,48 грн.

Аналізом трансмісії ціни на молоко встановлено, що з кожним періодом темп збільшення вартості 1 тонни продукції становить: +0,883 % (або 74,8 грн) у сільгоспвиробника; +0,976 % (або 153,7 грн) у переробці; +1,036 % (або 256,3 грн) у роздрібній торгівлі. З підвищенням ціни на сире молоко у сільгоспвиробника на 1 грн ціна на оброблене молоко в переробці збільшується на 1,96, а роздрібна ціна для кінцевого споживача, відповідно, – на 3,25 грн.

Таблиця 1

Аналіз трансмісії ціни на м'ясо-молочну продукцію

Елемент аналізу	Зміна ціни:					
	у виробників сільгосппродукції (ціна м'ясо-молочної сировини)		у підприємств харчової промисловості (ціна виробників промислової продукції)		у представників торгівлі (споживча ціна)	
	+, - грн	R ¹	+, - грн	R	+, - грн	R
1. Прогноз зміни ціни на наступний період (місяць)						
- м'ясо ВРХ	+290,48 (+0,996 %)	0,93	+605,72 (+0,912 %)	0,97	+1139,13 (+0,869 %)	0,98
- молоко	+74,79 (+0,883 %)	0,96	+153,71 (+0,976 %)	0,98	+256,27 (+1,036 %)	0,99
2. Зміна ціни за збільшення цін сільгоспвиробника:						
- м'ясо ВРХ	+1,00	x	+1,91	0,96	+3,48	0,94
- молоко	+1,00	x	+1,96	0,98	+3,25	0,98

¹R – коефіцієнт кореляції

Джерело: розроблено і розраховано авторами

Підтвердженням тісноти зв'язку між змінами цін є значення коефіцієнта кореляції (R). За нашими розрахунками значення R наближуються до 1, отже існує прямий тісний зв'язок між змінами цін.

Висновки. Підсумовуючи результати дослідження щодо трансмісії ціни між учасниками агропродовольчого ланцюга продукції скотарства зазначимо: основною проблемою сьогодення залишається недосконалість процесу передачі ціни від сільськогосподарського виробника (господарств усіх категорій) до споживача (населення). Сільськогосподарські товаровиробники м'ясо-молочної продукції, перебуваючи на самому початку цінового ланцюга і маючи частку у формуванні кінцевої ціни від 22 до 34 %, не в змозі здійснювати розширене відтворення виробництва.

Визначено, що цінова трансмісія є процесом послідовної передачі шоків (імпульсів) від цін одних товарів до ринкових цін інших. Отже, на прикладі м'ясо-молочної продукції скотарства, шляхом визначення лінійної регресії із застосуванням метода найменших

квадратів (МНК), побудовано три лінійні трендові моделі для прогнозування тенденції зміни ціни на кожному організаційно-технологічному етапі реалізації продукції. Так, збільшення ціни на м'ясо-молочну продукцію від сільгоспвиробника на одиницю послідовно трансформує ціну переробки з коефіцієнтом 1,9, і автоматично відбивається у роздрібній ціні, яку сплачує кінцевий споживач, з коефіцієнтом більше 3.

Оцінка та аналіз механізму трансмісії ціни та його ролі у розвитку економічних відносин між учасниками ринку дозволить визначитись із заходами щодо їх (відносин) гармонізації, з одного боку, та підтримки купівельної спроможності споживачів, з іншого. Саме пошуку дієвих механізмів гармонізації економічних відносин учасників агропродовольчого ланцюга і будуть присвячені наступні дослідження.

Література.

1. **Боднар О.В., Козак О.А., Копитець Н.Г.** Напрями врегулювання взаємовідносин виробників, продавців і споживачів соціально-значимих продуктів харчування. *Економіка АПК*. 2014. № 2. С. 42-50.
2. **Ільчук М.М., Коновал І.А.** Підвищення конкурентоспроможності продукції скотарства в Україні. *Економіка АПК*. 2016. № 5. С. 51-59.
3. **Ільчук М.М., Коновал І.А., Євтушенко В.Д.** Управління конкурентоспроможністю продукції скотарства сільськогосподарських підприємств України. *Економіка АПК*. 2018. № 7. С. 83-92.
4. **Місюк М.В.** Ринок продукції скотарства: монографія. Київ : ННЦ ІАЕ, 2012. 330 с.
5. **Місюк М.В.** Вплив ринку м'ясо-молочної продукції на рівень продовольчої безпеки країни. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. Том 19. Випуск 2/2. 2014, С. 130-134.
6. **Панкратова Л.А.** Структурні особливості формування ціни на молоко в продовольчому ланцюгу. *Економіка і прогнозування*. 2013. № 3, С. 116-123.
7. **Якубовська Н.В., Лук'яник М.М.** Розвиток інструментів маркетингу на ринку продукції скотарства в регіоні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. Вип. 14(2), С. 190-194.
8. **Шпичак О.М., Боднар О.В., Шпичак О.О.** Теоретико-методологічні та практичні основи ціноутворення: [колект. монографія] / за ред. акад. НААН **О.М. Шпичака**. Київ : Компрінт, 2017. 544 с.
9. **Шпичак О.М.** Проблема ціноутворення в контексті купівельної спроможності населення та інфляційних процесів. *Економіка АПК*. 2016. № 6. С. 59-70.

10. **Пархомець М.К., Гудак В.В.** Організаційно-економічний механізм забезпечення дохідності сільськогосподарських підприємств: теорія, методика, практика : монографія. Тернопіль : THEU, 2014. – 256 с.

11. **Aragrande M., Canali M.** (2017). Animal health and price transmission along livestock supply chains. Department of Food Sciences and Technologies, University of Bologna, Italy. *Rev. Sci. Tech.*, 36 (1), 87-96. DOI: 10.20506/rst.36.1.2612

12. **Barahona J.F., Chulaphan W.** (2017). Price transmission between world food prices and different consumer food price indices in Thailand, *Kasetsart Journal of Social Sciences*. URL: <http://dx.doi.org/10.1016/j.kjss.2017.07.008>

13. **Hassounch I., Serra T., & Gil J.M.** (2010). Price transmission in the Spanish bovine sector: the BSE effect. *Agric. Econ.*, 41 (1), 33-42. DOI: 10.1111/j.1574-0862.2009.00423.x.

14. **Karikallio H.** (2015). Cross-commodity price transmission and integration of the EU livestock market of pork and beef: panel time-series approach. *In Agriculture in an Interconnected World: Proc. Conference of the International Association of Agricultural Economists*, 9-14 August, Milan, 41 pp. URL: <http://purl.umh.edu/211832>.

15. **Liu X.** (2011). Horizontal price transmission of the Finnish meat sector with major EU players. *In Proc. International Congress of the European Association of Agricultural Economists*, 30 August – 2 September, Zurich, Switzerland. URL: <http://purl.umh.edu/114380> (accessed on 13 June 2016).

16. **Алімпієв Є.В.** Застосування трансмісійного підходу у монетарному та фінансовому регулюванні української економіки. *Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки*, 2015. Вип. 10. С. 10-16.

17. **Овсієнко Ю.І., Флегантов А.О.** Методика вивчення алгоритму побудови математичних моделей методом найменших квадратів із використанням комп'ютерної техніки. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2010. № 4(18). URL: <http://www.ime.edu-ua.net/em.html>.

References.

1. **Bodnar O.V., Kozak O.A., & Kopytets' N.H.** (2014). Napryamy vrehulyuvannya vzayemovidnosyn vyrobnykiv, prodavtsiv i spozhyvachiv sotsial'no-znachymykh produktiv kharchuvannya [Areas of regulation of relationships between producers, sellers and consumers of socially significant food]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No. 2, pp. 42-50 [in Ukrainian].

2. **Il'chuk M.M., & Konoval I.A.** (2016). Pidvyschennia konkurentospromozhnosti produktii skotarstva v Ukraini [Increasing the competitiveness of livestock products in Ukraine]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No. 5, pp. 51-59 [in Ukrainian].

3. **Il'chuk M.M., Konoval I.A., & Yevtushenko V.D.** (2018) Upravlinnia konkurentospromozhnistiu produktii skotarstva sil's'kohospodars'kykh pidpriemstv Ukrainy [Management of competitiveness of products of cattle breeding of agricultural enterprises of Ukraine]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No. 7, pp. 83-92 [in Ukrainian].

4. **Misiuk M.V.** (2012). *Rynok produktsii skotarstva [Livestock market]*. Kyiv . NNTs IAE, p. 330 [in Ukrainian].

5. **Misiuk M.V.** (2014). Vplyv rynku m'iaso-molochnoi produktsii na riven' prodovol'choi bezpeky krainy [Impact of the meat and dairy market on the level of food security in the country]. *Visnyk Odes'koho natsional'noho universytetu. Seriya: Ekonomika – Bulletin of the Odessa National University. Series: Economics*, Vol. 19, Issue 2/2, pp. 130-134 [in Ukrainian].

6. **Pankratova L.L.** (2013). Strukturni osoblyvosti formuvannia tsiny na moloko v prodovol'chomu lantsiuhu [Structural features of the pricing of milk in the food chain]. *Ekonomika i probnozuвання – Economics and forecasting*, No. 3, pp. 116-123 [in Ukrainian].

7. **Yakubovs'ka N.V., & Luk'ianyuk M.M.** (2017). Rozvytok instrumentiv marketynhu na rynku produktsii skotarstva v rehioni [Development of marketing tools in the livestock market in the region]. *Naukovyj visnyk Uzhgorod'skoho natsional'noho universytetu. Seriya : Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo – Scientific Bulletin of Uzhgorod National University. Series: International Economic Relations and the World Economy*, No. 14(2), pp. 190-194 [in Ukrainian].

8. **Shpychak O.M., Bodnar O.V., & Shpychak O.O.** (2017). *Teoretyko-metodolohichni ta praktychni osnovy tsinoutvorennia. [Theoretical, methodological and practical bases of pricing]*. **O.M. Shpychak** (Ed.). Kyiv : Kompyrnt, p. 544 [in Ukrainian].

9. **Shpychak, O.M.** (2016). Problema tsinoutvorennia v konteksti kupivel'noi spromozhnosti naselennia ta inflatsiynnykh protsesiv [The problem of pricing in the context of purchasing power of population and inflation processes]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No. 6, pp. 59-70 [in Ukrainian].

10. **Parkhomets' M.K.** (2014). Orhanizatsiino-ekonomichnyj mekhanizm zabezpechennia dokhidnosti sil'skohospodars'kykh pidpriemstv: teoriia, metodyka, praktyka [Organizational and economic mechanism for ensuring the profitability of agricultural enterprises: theory, methodology, practice]. Ternopil': TNEU, p. 256 [in Ukrainian].

11. **Aragrande M., & Canali M.** (2017). Animal health and price transmission along livestock supply chains. Department of Food Sciences and Technologies, University of Bologna, Italy. *Rev Sci Tech.*, 36 (1), pp. 87-96. DOI: 10.20506/rst.36.1.2612 [in English].

12. **Barahona J.F., & Chulaphan W.** (2017). Price transmission between world food prices and different consumer food price indices in Thailand, Kasetsart Journal of Social Sciences. URL: <http://dx.doi.org/10.1016/j.kjss.2017.07.008> [in English].

13. **Hassounieh I., Serra T., & Gil J.M.** (2010). Price transmission in the Spanish bovine sector: the BSE effect. *Agric. Econ.*, 41 (1), pp. 33-42. DOI: 10.1111/j.1574-0862.2009.00423.x [in English].

14. **Karikallio H.** (2015). Cross-commodity price transmission and integration of the EU livestock market of pork and beef: panel time-series approach. *In Agriculture in an Interconnected World: Proc. Conference of the International Association of Agricultural Economists*, 9-14 August, Milan, p. 41. URL : <http://purl.umn.edu/211832> [in English].

15. **Liu X.** (2011). Horizontal price transmission of the Finnish meat sector with major EU players. In Proc. International Congress of the European Association of Agricultural Economists, 30 August – 2 September, Zurich, Switzerland. URL : <http://purl.umn.edu/114380> (accessed on 13 June 2016), pp. 87-96. DOI: 10.20506/rst.36.1.2612 [in English].

16. **Alimpiiev Ye.V.** (2015). Zastosuvannya transmisijnogo pidkhotu u monetarnomu ta finansovomu rehuliuванні ukrains'koi ekonomiky [Application of the transmission approach in the monetary and financial regulation of the Ukrainian economy]. *Visnyk Kam'ianets'-Podil's'koho natsional'noho universytetu imeni Ivana Ohienka. Ekonomichni nauky – Bulletin of Kamianets-Podilskyi Ivan Ogiyenko National University. Economics*, Issue. 10, pp. 10-16 [in Ukrainian].

17. **Ovsienko Yu.I., & Flehantov L.O.** (2010). Metodyka vyvchennia alhorytmu pobudovy matematychnykh modelej metodom najmenshykh kvadrativ iz vykorystanniam komp'uternoї tekhniky. Informatsijni tekhnolohii i zasoby navchannia [Methods of studying the algorithm of mathematical model construction by the method of least squares using computer technology]. No. 4(18). URL : <http://www.ime.edu-ua.net/em.html> [in Ukrainian].

Анотація.

Кравченко О.М., Нетецький А.Г. Трансмiсія ціни між учасниками агропродовольчого ланцюга продукції скотарства.

У статті на прикладі м'ясо-молочної продукції скотарства було оцінено і проаналізовано механізм передачі (трансмiсії) ціни між учасниками агропродовольчого ланцюга (сільськогосподарськими виробниками, переробними підприємствами харчової промисловості і представниками торгівлі) і виявлені аномалії, дисбаланси та дисгармонії розвитку економічних відносин між зазначеними учасниками. Побудовано лінійну регресію із застосуванням методу найменших квадратів і три лінійні трендові моделі, які дозволили спрогнозувати тенденції зміни ціни на кожному організаційно-технологічному етапі реалізації продукції (виробництво, переробка, торгівля). Здійснено кількісну оцінку розміру зміни ціни на м'ясо-молочну продукцію на ринку і часу, протягом якого відбувається зміна. Здобуті дані підтвердили ринкову «слабкість» сільськогосподарських товаровиробників, що унеможливило гарантування продовольчої безпеки країни в цілому.

Ключові слова: трансмісія ціни, агропродовольчий ланцюг, продукція скотарства, м'ясо, молоко, лінійна регресія, споживча ціна.

Аннотация.

Кравченко О.М., Нетецкий А.Г. Трансмиссия цены между участниками агропродовольственного цепи продукции скотоводства.

В статье на примере мясомолочной продукции скотоводства было оценено и проанализировано механизм передачи (трансмиссии) цены между участниками агропродовольственной цепи (сельскохозяйственными производителями, перерабатывающими предприятиями пищевой промышленности и представителями торговли) и выявлены аномалии, дисбалансы и дисгармонии развития экономических отношений между указанными участниками. Построено линейную регрессию с

применением метода наименьших квадратов и три трендовые модели, которые позволили спрогнозировать тенденции изменения цены на каждом организационно-технологическом этапе реализации продукции (производство, переработка, торговля). Осуществлено количественную оценку размера изменения цены на мясомолочную продукцию на рынке и времени, в течение которого происходит изменение. Полученные данные подтвердили рыночную «слабость» сельскохозяйственных товаропроизводителей, что делает невозможным обеспечение продовольственной безопасности страны в целом.

Ключевые слова: трансмиссия цены, агропродовольственная цепь, продукция скотоводства, мясо, молоко, линейная регрессия, потребительская цена.

Abstract.

Kravchenko O.M., Netetsky L.G. Price transmission along participants of the cattle products agrofood chain.

The mechanism of price transmission along the agro food chain participants (agricultural goods producers, food processing enterprises and trade representatives) was evaluated and analyzed in the Article as illustrated by cattle meat and dairy products, and anomalies, imbalances and disharmonies of economic relations development between the above participants were identified. Linear regression was constructed using the least squares method and three linear trend models, which allowed to predict price changes at each organizational and technological stage of product sales (production, processing, trade). The amount of changes in the price of meat and dairy products in the market and the time during which the change occurs are qualitatively evaluated. The data obtained confirmed the market «weakness» of agricultural goods producers, which makes it impossible to guarantee the food security of the entire country.

Key words: a price transmission, agro food chain, livestock products, meat, milk, linear regression, consumer price.

УДК 338.43:637.1

ПЕРЕДУМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА МОЛОКА ТА ПРОДУКТІВ ЙОГО ПЕРЕРОБКИ В УКРАЇНІ

ГРІДІН О.В., СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ,

МИРНИЙ Є.В., ЗДОБУВАЧ,

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Молочна галузь в агропромисловому комплексі України, не зважаючи на глибоку, системну кризу продовжує залишатись однією з найбільш пріоритетних галузей сільськогосподарського виробництва. Коров'яче

молоко та продукти його переробки займають особливе місце та мають стратегічне значення у забезпеченні продовольчої безпеки нашої країни, вирішенні її соціально-економічних проблем. Зазначене вимагає спільних зусиль у здійсненні скоординованих кроків державних інститутів, суб'єктів господарювання та фінансово-кредитних установ, спрямованих на реалізацію стратегії формування сучасного ринку молочних продуктів з використанням світового досвіду та з обов'язковим врахуванням вітчизняних реалій. Розбалансованість внутрішнього продовольчого ринку України, яка й досі не усунена та має загрозливі масштаби, у поєднанні із невпинним підвищенням цін на продукти харчування і матеріальні ресурси, постійний відтік сільського населення, через невирішені роками проблеми – все це є наслідком економічної кризи в державі. Відмітимо, що на сьогодні більше половини населення країни вимушено споживати, внаслідок скрутного матеріального становища, а відповідно низького рівня купівельної спроможності, значно менше молокопродуктів від обгрунтованих фізіологічних норм [12, с. 78].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем підвищення економічної ефективності виробництва молока та продуктів його переробки в сільськогосподарських підприємствах та спеціалізованих суб'єктах господарювання приділяється особлива увага з боку наукової спільноти. Так, даною проблематикою ґрунтовно займаються: Бабарика Я.В. [1], Бакпшев М.М. [6], Волкова І.М. [2], Вольська О.М. [3], Гринько Т.В. [4], Єфімова С.А. [4], Загнітко А.А. [19], Канцевич С.І. [6], Касян Р.А. [7], Клочко В.М. [8], Кобилякін О.М. [9], Кобилкіна С.В. [9], Кобрин А.М. [10, 18], Колоша В. [11], Микитюк Д.М. [14], Оленіч І.Р. [12], Радько В.І. [13-14], Русько Н.П. [6], Свиноус І.В. [14], Сенів Р.В. [12], Стадницька А.М. [15-16], Тимофіїв Т.Ю. [17], Черевко Г. [18], Яворська Т.І. [19], Яковлева А.О. [20] та багато інших. Питання залежності економічної ефективності виробництва молока та молочної продукції від рівня якості вивчається зокрема: Бакпшевим М.М. [6], Канцевичем С.І. [6], Микитюком Д.М. [14], Радько В.І. [13-14], Русько Н.П. [6], Свиноусом І.В. [14] та іншими. Проте, зазначена проблема є настільки глибокою і багатоаспектною, що вимагає більш детального вивчення.

Формулювання цілей статті. Мета дослідження полягає у розгляді та узагальненні поглядів щодо перспектив забезпечення економічної ефективності виробництва молока та продуктів його переробки в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до зазначеного вище, доцільно більш детально вивчити проблеми, які гальмують розвиток молочного сектору економіки країни та знижують ефективність виробництва продукції. Зазначимо, що економічна ефективність виробництва молока характеризується тісним зв'язком з ефективністю його переробки. Низький рівень рентабельності у цілому виробничо-господарської діяльності аграріїв обмежує їх можливості у розширеному відтворенні, а відповідно ефективному веденні молочного скотарства. В Україні, наразі, внаслідок повсюдного незабезпечення повноцінного раціону годівлі корів, їх продуктивність у два, а подекуди, і більше рази є нижчою за середньосвітові показники, що у поєднанні зі скороченням поголів'я призводить до зниження обсягів валового виробництва молока. Товаровиробники об'єктивно не спроможні самотужки вплинути на ситуацію що склалась. Галузь потребує залучення значних інвестицій з метою переозброєння та модернізації виробництва, що в підсумку дозволить виробляти якіснішу продукцію за нижчих витрат.

Відмітимо, що останнім часом суттєво зменшився рівень завантаження виробничих потужностей переробних підприємств через низьку ефективність виробництва. Крім того, якість виробленої сировини не завжди відповідає встановленим вимогам, що ускладнює, а інколи навіть унеможливає виробництво якісної конкурентоспроможної молочної продукції. Через низьку купівельну спроможність населення, як вже нами відмічалось, знижується і рівень споживання молока, що зумовлює значні коливання закупівельних цін на молочну сировину. Активізація попиту на молочні продукти, на нашу думку, можлива за рахунок економічних чинників, тобто впливу на зростання рівня доходів населення [12, с. 78-79].

Вивчаючи роль та значення досліджуваної галузі для аграрного сектору, економіки у цілому, цілком очевидним стає, що галузь молочного скотарства відіграє надважливу роль у забезпеченні продовольчої безпеки держави. Зважаючи на виняткову корисність молока та молочних продуктів, необхідність їх обов'язкової присутності у щоденному раціоні не викликає сумніву. Проте сьогодні відмічається зниження споживання якісних молочних продуктів вітчизняного виробництва та зростання частки не завжди якісної та корисної імпоротної молокопродукції в раціоні населення. Однією з причин такої ситуації є глибока затяжна криза вітчизняного сільського господарства і молоковиробництва зокрема. Галузь молочного скотарства сьогодні не використовує наявний потенціал і, наразі, не в змозі виконати

покладене на неї завдання – забезпечити населення молоком належної якості та у достатній кількості і асортименті. Враховуючи ключове значення успішного розвитку молочної галузі для забезпечення продовольчої безпеки держави, слід шукати вихід із такої ситуації зокрема шляхом аналізу світового досвіду ефективного молоковиробництва [17, с. 123-124].

На сьогодні молоко виробляється майже кожною п'ятою країною світу. Найбільшими виробниками молока у світі є такі країни як: Китай, США, Індія, Російська Федерація, Бразилія, Нова Зеландія, країни ЄС. При цьому найбільшими експортерами у світі виступають деякі зі світових лідерів із виробництва молока, зокрема: країни ЄС, Австралія та Нова Зеландія, США. Це обумовлюється як недостатністю внутрішнього виробництва через обмеження з боку держави по обсягах, так і високим внутрішнім попитом, а отже потребою в якісній молочній продукції. Традиційно високорозвиненим молочне скотарство є у країнах Північної Америки (США, Канада) та західної Європи (Німеччина, Франція, Нідерланди). Позитивний досвід цих країн, на нашу думку, має використовуватись в ході реформування вітчизняної галузі і забезпечити її відродження вже у найближчій перспективі [17, с. 124].

Зазначимо, що ефективність виробництва – це безперечно складне і багатоаспектне явище. Сільськогосподарське виробництво, внаслідок наявності унікальних особливостей, вимагає органічного поєднання і взаємодії щонайменше чотирьох чинників – робочої сили, основних засобів, предметів праці і землі. Отже, будь-яке виробництво передбачає витрати ресурсів і одержання певних результатів. Важливим показником, який характеризує економічну ефективність виробництва продукції, є рівень рентабельності, що зумовлює об'єктивну оцінку господарської діяльності товаровиробників [12, с. 79].

Останніми роками, у зв'язку зі змінами економічних відносин між виробниками аграрної сфери та переробними підприємствами, нееквівалентним обміном між містом і селом, зниженням платоспроможності населення та сільськогосподарських підприємств, погіршенням раціону годівлі худоби, недосконалістю грошово-кредитної політики та інших важелів регулювання виробництва, відбулись значні зміни в розвитку та розміщенні молочного скотарства [12, с. 80].

Слід відмітити, що саме проблема низької економічної ефективності виробництва молока призвела до того, що впродовж останніх десятиліть було поступове скорочення поголів'я ВРХ в

сільськогосподарських підприємствах. Так, за дослідженнями ряду науковців, виробництво молока, внаслідок його неприбутковості або у кращому випадку малоприбутковості в сільськогосподарських підприємствах, призвело до згортання діяльності багатьох молочних ферм через неспроможність постійно датувати цей напрямок діяльності [11, с. 102]. В основному збитковість галузі була обумовлена низькою закупівельною ціною на молоко, яка навіть не відшкодовувала витрат на його виробництво. Поглиблював проблему ще й той факт, що таке скорочення відбувалося на фоні зниження рівня споживання молочної продукції населенням, яке в підсумку знизилось до позначки, яка є значно нижчою за встановлені раціональні норми. Наразі, у загальній структурі витрат українців витрати на харчування становлять близько 40 %, що характерно для країн із низьким рівнем розвитку економіки, і значна частина населення вимушена обмежувати себе в якісних та корисних продуктах харчування, до яких відносять і молочну продукцію [11, с. 102].

Зазначимо, що останніми роками негативні тенденції в молоко виробництві лише посилюються. Зокрема, тільки за останні 5 років поголів'я корів скоротилось майже на 15,2 % до 1919,4 тис. голів станом на перше січня 2019 року. Обсяг виробництва молока за цей же період зменшився на 9,6 % і склав 10064,0 тис. тонн. Продуктивність корів при цьому хоча й зросла з 4920,1 кг у 2014-му до 5243,3 кг у 2018-му році молока на рік або на 6,57 %, проте все ще залишається на вкрай низькому рівні у порівнянні з такими країнами як Ізраїль, Франція, Німеччина, США тощо [5].

У сучасних умовах економічна ефективність функціонування підприємств молокопродуктового підкомплексу виражається не лише зростанням показника рентабельності, чистого доходу, продуктивності праці, але й підвищенням оплати праці працівників. Крім того важливим залишається питання виявлення впливу чинників на зазначені показники з метою їх ефективного управління [11, с. 102-103].

Науковці у своїх численних наукових працях доводять, що досягнення високої молочної продуктивності корів можливе лише за умови створення міцної кормової бази, забезпечення тварин усіма поживними й біологічно активними речовинами відповідно до норм годівлі молочної худоби. Таким чином, вирішення проблеми максимально можливого використання продуктивності корів вимагає істотного збільшення виробництва кормів, підвищення їхньої якості та удосконалення структури кормовиробництва. Тому збільшення виробництва молока значною мірою пов'язане з інтенсифікацією

кормовиробництва, економічно обґрунтованим використанням кормових ресурсів й організацією на цій основі повноцінної годівлі корів [11, с. 103].

Звертаючи увагу на взаємозв'язок економічної ефективності виробництва молока з ефективністю продуктів його переробки необхідно відзначити той факт, що значною мірою від організаційно-економічних відносин між цими двома сферами залежить ефективність, без перебільшення, усієї молочної галузі. Доведено, що низький рівень рентабельності знижує можливості аграріїв у розширеному відтворенні та забезпеченні високоефективного ведення молочного скотарства. Більшість товаровиробників, головним чином через брак вільних грошово-фінансових ресурсів, неспроможні забезпечити системне та комплексне удосконалення технологічних процесів і оновлення матеріально-технічної бази. Відтак, це призводить до зменшення обсягу виробництва, що вкрай негативно впливає на діяльність переробних підприємств, знижуючи рівень завантаження їх потужностей. Унаслідок цього зростає вартість виробництва готової продукції. Крім того, якість виробленої сировини дуже низька, що ускладнює виробництво конкурентоспроможної продукції з неї. З огляду на це робиться пропозиція про забезпечення своєчасних, систематичних поставок на переробні підприємства молока із максимальним збереженням якісних показників [11, с. 103].

Вважається, що економічну ефективність інтенсифікації молочного скотарства доцільно розглядати із позиції: по-перше, системи чинників інтенсифікації, які впливають на розвиток галузі; по-друге, одержання результату на основі раціонального використання виробничого потенціалу; по-третє, максимізацію віддачі вкладеного капіталу та мінімізацію негативного впливу виробничої діяльності на навколишнє природне середовище; по-четверте, забезпечення науково обґрунтованих норм споживання молока й молочної продукції [11, с. 103]. Під час аналізу ефективності інтенсифікації молочного скотарства важливо, щоб вибір системи показників найбільш повно характеризував стан рівня інтенсивності виробничої діяльності, результат інтенсифікації, а також економічну, екологічну та соціальну її ефективність. Структура витрат, на думку ряду науковців, є одним з елементів, який формує загальну ефективність виробництва у тваринництві [11, с. 103-104].

В умовах розбалансованості ринкових відносин, коли вартість реалізації тваринницької продукції не відшкодовувала її собівартості, коли виник значний диспаритет цін на продукцію тваринництва і

матеріально-технічні ресурси, при недосконалості системи регулювання ринку з боку держави, коли значна кількість продукції реалізується через посередників, які привласнюють суттєву частину прибутків, створену на стадії виробництва, не повертаючи її у виробництво і тим самим поглиблюючи кризу, при незадовільному рівні селекційно-племінної роботи та технологічного забезпечення, відсутності дієвої державної політики щодо створення сприятливих економічних умов для розвитку галузі, переважна частина господарств ліквідувала скотарство через його збитковість [12, с. 82].

З метою підвищення ефективності виробництва молока в Україні необхідно забезпечити сталий розвиток молочного скотарства, спрямувавши його на розширене відтворення стада на основі забезпечення нарощування маточного поголів'я корів у господарствах усіх форм власності і господарювання. У перспективі основна увага з боку держави має бути зосереджена на недопущенні подальшого скорочення маточного поголів'я і максимальному використанні ремонтного молодняку для нарощування основного стада та підвищення його продуктивності [12, с. 82].

У теперішніх умовах досліджувана галузь, незважаючи на окремі позитивні тенденції, продовжує перебувати в кризовому стані. Це пов'язано з відносно невисоким рівнем прибутковості виробництва молока і, водночас, з високим рівнем капіталомісткості його виробництва. Саме збитковість галузі скотарства впродовж тривалого періоду часу є одним із головних факторів скорочення як поголів'я, так й обсягів виробництва молока. Водночас, нині в Україні є передові господарства, які забезпечують високий рівень надою молока. З огляду на те, що підприємства, будучи обмеженими у фінансових ресурсах, не поспішають інвестувати в нарощування поголів'я корів, мають бути створені механізми державної підтримки цієї галузі, які б дали змогу підприємствам здійснювати інвестування ще на початкових етапах виробництва [11, с. 107].

Висновки. Для поліпшення ситуації в молочному скотарстві необхідно брати на озброєння передовий досвід ефективного ведення молочного скотарства що успішно діє у розвинутих країнах світу. Зокрема, потрібно впроваджувати в Україні новітні досягнення науково-технічного прогресу, намагатись одночасно максимально автоматизувати виробництво та при цьому мінімізувати частку людської праці у виробничому процесі. Це сприятиме підвищенню ефективності виробництва та покращенню якості молока. Варто відзначити, що у більшості розвинутих країн світу виробництво і переробка є

невід'ємними і взаємопов'язаними і функціонують як цілісна система. На цьому слід акцентувати увагу в Україні, адже на сьогодні інтереси виробників і переробників, м'яко кажучи, не збалансовані і між ними існує неприхований конфлікт інтересів, а це лише ускладнює кризову ситуацію. Необхідно усвідомити, що лише спільними зусиллями виробників і переробників молока можна створити умови успішного розвитку молочної галузі. В Україні основною перешкодою впровадження інновацій у виробництво є брак коштів, а за підтримки переробників, які, як правило, є прибутковими компаніями, модернізація виробництва стане доступнішою. Також, як показує світовий досвід, для виведення галузі з кризи необхідна державна підтримка. Однак не достатнім є розроблення програми підтримки молочного скотарства, важливо втілити її в реальність, що є важким завданням у зв'язку зі скороченням та укрупненням програм державної підтримки внаслідок фінансових обмежень.

Література.

1. **Бабарика Я.В.** Економічна ефективність виробництва молока в сільськогосподарських підприємствах Харківської області. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 23. С. 89-91. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2014_23_21
2. **Волкова І.М.** Визначення напрямів підвищення економічної ефективності виробництва молока сільськогосподарськими підприємствами на підставі результатів маркетингових досліджень. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Іжницького*. 2011. Т. 13, № 4(5). С. 61-66. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvlnu_2011_13_4\(5\)_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvlnu_2011_13_4(5)_14)
3. **Вольська О.М.** Управління ефективністю молокопереробних підприємств. *Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка*. 2014. Т. 19, Вип. 2(3). С. 51-53. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2014_19_2\(3\)_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2014_19_2(3)_13)
4. **Гринько Т.В., Єфімова С.А.** Економічна ефективність виробництва молока та резерви її підвищення. *Вісник Дніпропетровського університету. Сер. : Економіка*. 2013. Т. 21, Вип. 7(2). С. 10-15. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumov_2013_21_7\(2\)_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumov_2013_21_7(2)_4)
5. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. **Канцевич С.І., Русько Н.П., Бакпешев М.М.** Оцінка економічної ефективності виробництва молока залежно від його якості. *Економіка АПК*. 2014. № 4. С. 24-27. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/E_apk_2014_4_6
7. **Касіян Р.А.** Економічна ефективність виробництва молока і напрями її підвищення. *Продуктивність агропромислового виробництва. економічні науки*. 2013. Вип. 23. С. 78-85. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pav_2013_23_14

8. **Клочко В.М.** Стан та шляхи підвищення економічної ефективності молокопродуктового підкомплексу АПК України. *Ефективна економіка*. 2013. № 6. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_6_56

9. **Кобилкін О.М., Кобилкіна С.В.** Резерви підвищення ефективності виробництва молока спеціалізованих сільськогосподарських підприємств. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія : Економіка і менеджмент*. 2014. Вип. 8. С. 84-88. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsna_econ_2014_8_18

10. **Кобрин А.М.** Методологія ефективності функціонування молокопереробних підприємств. *Економічні науки. Сер. : Облік і фінанси*. 2013. Вип. 10(1). URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/esnof_2013_10\(1\)_30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/esnof_2013_10(1)_30)

11. **Колоша В.** Проблеми формування та підвищення економічної ефективності виробництва молока. *Agricultural and resource economics: international scientific e-journal*. 2018. Vol. 4, № 4. С. 99-112. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/arcis_2018_4_4_10

12. **Оленич І.Р., Сенів Р.В.** Економічна ефективність виробництва молока в регіонах України і напрями її підвищення. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Гжицького*. 2014. Т. 16, № 1(2). С. 78-88. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvlnu_2014_16_1\(2\)_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvlnu_2014_16_1(2)_14)

13. **Радько В.І.** Економічна ефективність виробництва молока сільськогосподарськими підприємствами України. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Сер. : Економіка, аграрний менеджмент, бізнес*. 2013. Вип. 181(6). С. 186-191. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/pvnau_econ_2013_181\(6\)_32](http://nbuv.gov.ua/UJRN/pvnau_econ_2013_181(6)_32)

14. **Радько В.І., Свиноус І.В., Микитюк Д.М.** Якість як основа підвищення ефективності виробництва молока в сільськогосподарських підприємствах. *Вісник аграрної науки*. 2016. № 1. С. 61-65. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/vaan_2016_1_15

15. **Стадницька А.** Теорія і практика ефективності функціонування молокопереробних підприємств. *Аграрна економіка*. 2015. Т. 8, № 1-2. С. 71-76. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ae_2015_8_1-2_13

16. **Стадницька А.М.** Оптимальні умови ефективного функціонування молокопереробних підприємств: теорія та практика (регіональний аспект). *Економічний форум*. 2015. № 3. С. 176-182. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2015_3_26

17. **Тимофіїв Т.Ю.** Оцінка світового досвіду ефективного молоковиробництва. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія : Економіка і менеджмент*. 2013. Вип. 12. С. 123-127. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsna_econ_2013_12_27

18. **Черевко Г., Кобрин А.** Методика дослідження ефективності функціонування молокопереробних підприємств. *Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія : Економіка АПК*. 2014. № 21(1). С. 343-352. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnau_econ_2014_21\(1\)_65](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnau_econ_2014_21(1)_65)

19. **Яворська Т.І., Загнітко А.А.** Вплив витрат і ціни реалізації на ефективність виробництва молока в сільськогосподарських підприємствах регіону. *Економіка АПК*. 2015. № 6. С. 53-59. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/E_apk_2015_6_12

20. **Яковлєва А.О.** Теоретичні аспекти оцінки ефективності виробництва молока. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Сер. : Економічні науки*. 2012. Вип. 31(1). С. 244-250. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znprchdtu_2012_31\(1\)_53](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znprchdtu_2012_31(1)_53)

References.

1. **Babarika Ya.V.** (2014). Ekonomichna efektyvnist' vyrobnytstva moloka v sil'skohospodars'kykh pidpryyemstvakh Kharkivs'koyi oblasti [Economic efficiency of milk production in agricultural enterprises of Kharkiv region]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid – Investment: practice and experience*, no. 23, pp. 89-91. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2014_23_21 [in Ukrainian].

2. **Volkova I.M.** (2011). Vyznachennya napryamiv pidvyshchennya ekonomichnoyi efektyvnosti vyrobnytstva moloka sil'skohospodars'kymy pidpryyemstvamy na pidstavi rezul'tativ marketynhovykh doslidzhen' [Determination of directions of increase of economic efficiency of milk production by agricultural enterprises on the basis of results of market researches]. *Naukovyy visnyk L'vivs'koho natsional'noho universytetu veterinaryanoi medytyny ta biotekhnolohiy im. Gzhyts'koho – Scientific Bulletin of Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnology Gzhyts'koho*, Vol. 13, no. 4(5), pp. 61-66. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvlnu_2011_13_4\(5\)_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvlnu_2011_13_4(5)_14) [in Ukrainian].

3. **Vol'ska O.M.** (2014). Upravlinnya efektyvnistyu molokopererobnykh pidpryyemstv [Management of efficiency of dairy enterprises]. *Visnyk Odes'koho natsional'noho universytetu. Seriya : Ekonomika – Bulletin of the Odessa National University. Series: Economics*, Vol. 19, Issue. 2 (3), pp. 51-53. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2014_19_2\(3\)_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2014_19_2(3)_13) [in Ukrainian].

4. **Grinko T.V., & Efimova S.A.** (2013). Ekonomichna efektyvnist' vyrobnytstva moloka ta rezervy yiyi pidvyshchennya [Economic efficiency of milk production and reserves for its increase]. *Visnyk Dnipropetrovs'koho universytetu. Ser. : Ekonomika – Bulletin of Dnipropetrovsk University. Series: Economy*, Vol. 21, Issue. 7 (2), pp. 10-15. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumov_2013_21_7\(2\)_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumov_2013_21_7(2)_4) [in Ukrainian].

5. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. www.ukrstat.gov.ua. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].

6. **Kantsevich S.I., Rusko N.P., & Bakseev M.M.** (2014). Otsinka ekonomichnoyi efektyvnosti vyrobnytstva moloka zalezno vid yoho yakosti [Estimation of economic efficiency of milk production depending on its quality]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, no. 4, pp. 24-27. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/E_apk_2014_4_6 [in Ukrainian].

7. **Cassian R.L.** (2013). Ekonomichna efektyvnist' vyrobnytstva moloka i napryamy yiyi pidvyshchennya [Economic efficiency of milk production and directions of its increase]. *Produktivnist' ahropromysloвого vyrobnytstva. ekonomichni nauky – Productivity of agroindustrial production. Economics*, Issue. 23, pp. 78-85. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pav_2013_23_14 [in Ukrainian].

8. **Klochko V.M.** (2013). Stan ta shlyakhy pidvyshchennya ekonomichnoyi efektyvnosti molokoproduktovoho pidkompleksu APK Ukrainy [The state and ways of increasing the economic efficiency of the dairy subcomplex of agroindustrial complex of Ukraine]. *Efektivna ekonomika – An efficient economy*, no. 6. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_6_56 [in Ukrainian].

9. **Kobilkin O.M., & Kobilkin S.V.** (2014). Rezervy pidvyshchennya efektyvnosti vyrobnytstva moloka spetsializovanykh sil'skohospodars'kykh pidpryemstv [Reserves for improving the efficiency of milk production of specialized agricultural enterprises]. *Visnyk Sumskoho natsional'noho ahrarynogo universytetu. Seriya: Ekonomika i menedzhment – Bulletin of Sumy National Agrarian University. Series: Economics and Management*, Vol. 8, pp. 84-88. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsna_ekon_2014_8_18 [in Ukrainian].

10. **Kobrin L.M.** (2013). Metodolohiya efektyvnosti funktsionuvannya molokoperobnykh pidpryemstv [Methodology of efficiency of functioning of dairy enterprises]. *Ekonomichni nauky. Ser.: Oblik i finansy – Economic sciences. Series: Accounting and Finance*, Issue. 10 (1). Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2013_10\(1\)_30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2013_10(1)_30) [in Ukrainian].

11. **Kolosha V.** (2018). Problemy formuvannya ta pidvyshchennya ekonomichnoyi efektyvnosti vyrobnytstva moloka [Problems of formation and increase of economic efficiency of milk production]. *Agricultural and resource economics: international scientific e-journal – Agricultural and resource economics: an international scientific e-journal*, Vol. 4, no. 4, pp. 99-112. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/areis_2018_4_4_10 [in Ukrainian].

12. **Olenich I.R., & Seniv R.V.** (2014). Ekonomichna efektyvnist' vyrobnytstva moloka v rehionakh Ukrainy i napryamy yiyi pidvyshchennya [Economic efficiency of milk production in the regions of Ukraine and directions of its increase]. *Naukovyy visnyk L'vivskoho natsional'noho universytetu veterinaryarnoyi medytsyny ta biotekhnolohiy im. Gzhyts'koho – Scientific Bulletin of Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnology Gzhyts'koho*, Vol. 16, no. 1 (2), pp. 78-88. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvlnu_2014_16_1\(2\)_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvlnu_2014_16_1(2)_14) [in Ukrainian].

13. **Radko V.I.** (2013). Ekonomichna efektyvnist' vyrobnytstva moloka sil'skohospodars'kymy pidpryemstvamy Ukrainy [Economic efficiency of milk production by Ukrainian agricultural enterprises]. *Naukovyy visnyk Natsional'noho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannya Ukrainy. Ser.: Ekonomika, ahraryny menedzhment, biznes – Scientific Bulletin of the National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine. Series: Economics, Agrarian Management, Business*, Issue. 181 (6). pp. 186-191. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnau_econ_2013_181\(6\)_32](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnau_econ_2013_181(6)_32) [in Ukrainian].

14. **Radko V.I., Svinous I.V., & Mykytyuk D.M.** (2016). Yakist' yak osnova pidvyshchennya efektyvnosti vyrobnytstva moloka v sil'skohospodars'kykh pidpryyemstvakh [Quality as a basis for improving the efficiency of milk production in agricultural enterprises]. *Visnyk abraranoi nauky – Bulletin of agrarian science*, no. 1, pp. 61-65. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vaan_2016_1_15 [in Ukrainian].

15. **Stadnitskaya L.** (2015). Teoriya i praktyka efektyvnosti funktsionuvannya molokopererobnykh pidpryyemstv [Theory and practice of efficiency of functioning of dairy enterprises]. *Abrarna ekonomika – Agrarian economy*, Vol. 8, no. 1-2, pp. 71-76. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ae_2015_8_1-2_13 [in Ukrainian].

16. **Stadnitskaya L.M.** (2015). Optymal'ni umovy efektyvnoho funktsionuvannya molokopererobnykh pidpryyemstv: teoriya ta praktyka (rehional'nyy aspekt) [Optimal conditions for efficient functioning of dairy enterprises: theory and practice (regional aspect)]. *Ekonomichnyy forum – Economic Forum*, no. 3, pp. 176-182. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2015_3_26 [in Ukrainian].

17. **Timofiev T.Yu.** (2013). Otsinka svitovoho dosvidu efektyvnoho molokovyrobnytstva [Evaluation of the world experience of efficient dairy production]. *Visnyk Sum's'koho natsional'noho abraranoho universytetu. Seriya: Ekonomika i menedzhment – Bulletin of Sumy National Agrarian University. Series: Economics and Management*, Issue. 12, pp. 123-127. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsna_ekon_2013_12_27 [in Ukrainian].

18. **Cherevko G., & Kobrin L.** (2014). Metodyka doslidzhennya efektyvnosti funktsionuvannya molokopererobnykh pidpryyemstv [Methods of studying the efficiency of functioning of dairy enterprises]. *Visnyk L'viv's'koho natsional'noho abraranoho universytetu. Seriya: Ekonomika APK – Bulletin of Lviv National Agrarian University. Series: Economics of AIC*, no. 21 (1), pp. 343-352. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnau_econ_2014_21\(1\)_65](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnau_econ_2014_21(1)_65) [in Ukrainian].

19. **Yavorskaya T.I., & Zagnitko L.A.** (2015). Vplyv vytrat i tsyny realizatsiyi na efektyvnist' vyrobnytstva moloka v sil'skohospodars'kykh pidpryyemstvakh rehionu [Impact of costs and sales prices on the efficiency of milk production in agricultural enterprises in the region]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, no. 6, pp. 53-59. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/E_apk_2015_6_12 [in Ukrainian].

20. **Yakovleva A.O.** (2012). Teoretychni aspekty otsinky efektyvnosti vyrobnytstva moloka [Theoretical aspects of milk production efficiency assessment]. *Zbirnyk naukovykh prats' Cherkas'koho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu. Ser.: Ekonomichni nauky – Collection of scientific works of Cherkasy State Technological University. Series: Economic Sciences*, Issue. 31 (1), pp. 244-250. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2012_31\(1\)_53](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2012_31(1)_53) [in Ukrainian].

Анотація.

Гриді́н О.В., Мирний Є.В. Передумови забезпечення економічної ефективності виробництва молока та продуктів його переробки в Україні.

Результати проведеного дослідження доводять, що забезпечення продовольчої безпеки України, вирішення її соціально-економічних проблем вимагає спільних зусиль у здійсненні скоординованих кроків державних інститутів, суб'єктів господарювання та фінансово-кредитних установ, спрямованих на реалізацію стратегії формування сучасного ринку молочних продуктів з використанням світового досвіду та з обов'язковим врахуванням вітчизняних реалій. У статті встановлені проблеми, які гальмують розвиток молочного сектору економіки країни та знижують ефективність виробництва продукції. Виявлено, що економічна ефективність виробництва молока характеризується тісним зв'язком з ефективністю його переробки. Встановлено, що галузь молочного скотарства в нинішніх умовах не використовує наявний потенціал і, наразі, не в змозі виконати покладене на неї завдання — забезпечити населення молоком належної якості та у достатній кількості і асортименті. Обґрунтовано твердження, що досягнення високої молочної продуктивності корів можливе лише за умови створення міцної кормової бази, забезпечення тварин усіма поживними й біологічно активними речовинами відповідно до норм годівлі молочної худоби. Встановлено, що лише спільними зусиллями виробників і переробників молока можна створити умови успішного розвитку молочної галузі.

Ключові слова: економічна ефективність, молочна галузь, молочний сектор економіки, виробництво молока, виробництво молочної продукції.

Аннотация.

Гридин А.В., Мирный Е.В. Предпосылки обеспечения экономической эффективности производства молока и продуктов его переработки в Украине.

Результаты проведенного исследования доказывают, что обеспечение продовольственной безопасности Украины, решение ее социально-экономических проблем требует совместных усилий в осуществлении скоординированных шагов государственных институтов, субъектов хозяйствования и финансово-кредитных учреждений, направленных на реализацию стратегии формирования современного рынка молочных продуктов с использованием мирового опыта и с обязательным учетом отечественных реалий. В статье установлены проблемы, которые тормозят развитие молочного сектора экономики страны и снижают эффективность производства продукции. Выявлено, что экономическая эффективность производства молока характеризуется тесной связью с эффективностью его переработки. Установлено, что отрасль молочного скотоводства в нынешних условиях не использует имеющийся потенциал и, пока, не в состоянии выполнить возложенную на нее задачу — обеспечить население молоком надлежащего качества и в достаточном количестве и асортименте. Обоснованно утверждение, что достижение высокой молочной продуктивности коров возможно лишь при условии создания прочной кормовой базы, обеспечения животных всеми питательными и биологически активными веществами в соответствии с нормами кормления молочного стада. Установлено, что только совместными усилиями производителей и предприятий по переработке молока можно создать условия успешного развития молочной отрасли.

Ключевые слова: экономическая эффективность, молочная отрасль, молочный сектор экономики, производство молока, производство молочной продукции.

Abstract.

Gridin O.V., Myrnyi E.V. Prerequisites for ensuring the economic efficiency of milk production and its products in Ukraine.

The results of the study show that ensuring food security of Ukraine, solving its socio-economic problems requires joint efforts in the implementation of coordinated steps of state institutions, economic entities and financial institutions aimed at implementing the strategy of forming a modern dairy market using world experience, and with compulsory consideration of domestic realities. The article identifies problems that hinder the development of the dairy sector of the country's economy and reduce production efficiency. It is revealed that the economic efficiency of milk production is characterized by a close relationship with the efficiency of its processing. It has been established that the current dairy farming industry is not using its current potential and is not in a position to fulfill its task at the moment – to provide the population with adequate quality milk and in sufficient quantity and range. It is substantiated that the achievement of high milk productivity of cows is possible only if the creation of a solid feed base, providing animals with all nutrients and biologically active substances in accordance with the standards of feeding dairy cattle. It is established that only through joint efforts of milk producers and processors can the conditions for successful development of the dairy industry be created.

Keywords: *economic efficiency, dairy industry, dairy sector, milk production, dairy production.*

УДК 336.76:336.027

СУТНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ЙОГО РОЛЬ У РОЗВИТКУ ІНСТИТУТІВ ІНФРАСТРУКТУРИ ФОНДОВОГО РИНКУ

***НІМКОВИЧ А.І., ВИКЛАДАЧ, ХАРКІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Стрімкий розвиток світової економіки на початку третього тисячоліття характеризується усвідомленням держав у необхідності стратегічного забезпечення як системного засобу розвитку та довгострокового стабільного функціонування економіки. Динамічність розвитку фінансових ринків вимагає від керівництва на всіх рівнях управлінської вертикалі суттєвих змін в підходах до планування власної діяльності та роботи відповідних структурних підрозділів. Інтегруючись в європейський і світовий економічний простір, Україна повинна брати

до уваги і досліджувати напрацювання інших країн зі стратегічного забезпечення стосовно фондового ринку та інститутів його інфраструктури. Безумовно, таке врахування не передбачає сліпого копіювання зарубіжного досвіду, однак може надати допомогу в розробці національної стратегії забезпечення розвитку інститутів інфраструктури фондового ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у наукові дослідження стратегічного забезпечення та інфраструктури ринку цінних паперів здійснили такі науковці як Д. Аакер, Н. Внукова, П. Друкер, О. Іваницька, Г. Ліделл, З. Шершньова, Н. Шелудько [1-13] та інші. Водночас сутність стратегічного забезпечення та його роль у розвитку інститутів інфраструктури фондового ринку є не повною мірою дослідженими потребують подальших наукових розвідок.

Формулювання цілей статті. Мета дослідження полягає у виявленні та дослідженні сутності стратегічного забезпечення та його ролі у розвитку інститутів інфраструктури фондового ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Орієнтація на забезпечення довгострокової конкуренції фондового ринку в умовах сьогодення обґрунтовує використання стратегічного забезпечення як перспективної новації. Чинником економічного зростання дедалі частіше вчені визнають окреслення чітких стратегічних цілей, здатності та можливості перетворювати їх у короткострокові завдання. «Той, хто сьогодні працює над проблемами завтрашнього дня і таким чином готує себе і свою організацію до нових завдань, в недалекому майбутньому займе лідируючі позиції. Той же, хто відкладає їх вирішення на потім, залишиться позаду і, можливо, ніколи не зможе надолужити згаяне» [4, с. 1]. П. Друкер акцентує увагу на саме на результативності управлінських дій та їх ефективності. Стратегічне планування розвитку інституцій інфраструктури фондового ринку є нагальним завданням сьогодення.

Широко застосовуване в економіці сьогодні, саме слово «стратегія» походить від давньогрецького *στρατηγία* – «мистецтво воювати» та являє собою загальний план недеталізованих дій на довгостроковий період. В армії стратегія часто використовувалася як відповідна позиція щодо зайнятих ворогом положень та маневрування військ. У цьому сенсі стратегія означає розгортання військ. Після того, як положення було зайняте, увага зосереджувалася на тактиці. Пізніше діловий світ перейняв цей термін з військової концепції.

У сфері економіки цей термін вперше використаний А. Чендлером – молодшим у 1962 році, який розглядав «стратегію» в аспекті визначення основних довгострокових цілей підприємства, адаптації комплексу дій та розміщення ресурсів, необхідних для досягнення цілей [9]. Пізніше термін «стратегія» в контексті розвитку підприємства був детально вивчений американським економістом І. Ансоффом. У книзі «Корпоративна стратегія» (1965 р.) він описав процес стратегічної поведінки підприємства. У поняття «стратегія» вкладався набір правил для прийняття рішень, якими підприємство керується в своїй діяльності» [2].

У. Глюк визначив термін «стратегія» як уніфікований, інтегрований і зрозумілий план, розроблений таким чином, щоб бути впевненим у досягненні цілей підприємства [3]. Згідно такої концепції, стратегія пов'язана зі стратегічним плануванням, змістом якого є визначення цілей та розробка стратегічного плану їхнього досягнення. Аналізуючи дане визначення, слід зазначити, що стратегія має не тільки забезпечувати впевненість у досягненні цілей, а й забезпечувати безпосередню їх реалізацію.

Генрі Мінцберг, досліджуючи стратегічну поведінку, прийшов до висновку, що «стратегія є не тільки план, а комплекс рішень та дій». Він стверджує, що стратегія є не тільки результатом планування, скільки результатом усвідомлення стратегічних рішень у процесі поточної діяльності. Стратегія, за Г. Мінцбергом, Б. Альстрендом, Дж. Лемпелом скоріше «з'являється» через своєрідну організаційну дифузю, а не реалізується групою стратегів, які можуть передбачити майбутнє. «Стратегія – це не послідовність виконання запланованого, а прямо протилежне цьому, це стартова точка» [8].

У 60-х роках у цій сфері науки та практики почали формуватися дві школи: школа дизайну та школа планування, та пізніше, у 80-ті роки, набуває розвитку школа позиціонування. Представники цих шкіл розглядали теоретичні засади формування стратегії.

Школа дизайну, зокрема А. Чендлер розглядав «стратегію» в аспекті визначення основних довгострокових цілей, адаптації курсів дій та розміщення ресурсів, необхідних для їх досягнення. Іншим представником школи був К. Ендрюс, який сформулював визначення стратегії як ідеальної аналітичної мети, для досягнення якої здійснюється ідентифікація її складових: ринкових можливостей, загальної концепції та ресурсів, власних цінностей та прагнень [9, с. 18].

Представники школи планування розглядали стратегію як результат підконтрольного, усвідомленого процесу формального планування, розбитого на окремі кроки, схематично зображеного у вигляді контрольних таблиць, які підтримуються певними методами. І. Ансофф, Дж. Штейнер, П. Вак, М. Гулд, Р. Саймонс вважали, що в основі планування лежить припущення: «хоч ми не можемо передбачити майбутнє, але можемо розглянути різні варіанти його розвитку» [2, 10, 13].

Школа позиціонування представлена М. Портером, Б. Хендерсоном, С. Шофлером та Д. Міллером. В розумінні економістів стратегія являє собою створення завдяки різноманітним діям унікальної і ціннісної позиції і в рамках цього підходу було запропоновано значну кількість теорій стратегії розвитку [2, 10, 13].

З нашої точки зору, економічна стратегія – це концепція організації на певну стратегічну перспективу, що представлена у вигляді довгострокової програми дій, направлених на реалізацію цієї концепції та забезпечення організації конкурентні переваги в досягненні цілей (рис. 1).

Визначення цілі розвитку залежить в першу чергу від бачення керівників концептуальних змін в майбутньому, ринкової кон'юнктури, подальшого напрямку розвитку економіки.

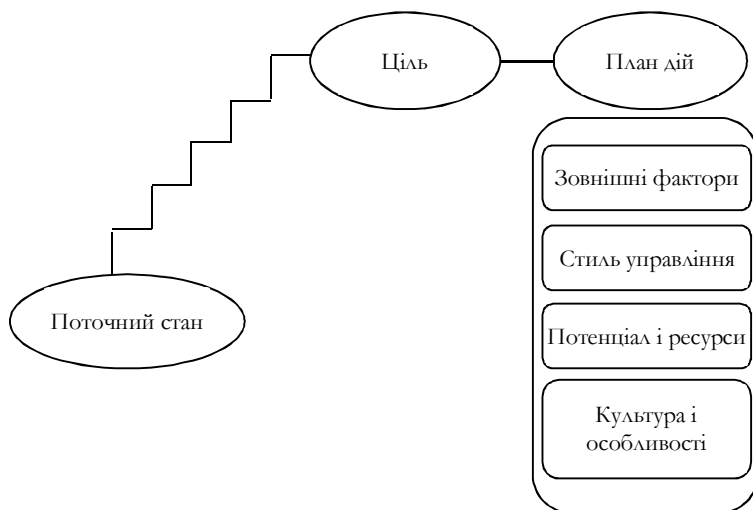


Рис. 1. Змістовий поліморфізм стратегії

Джерело: розробка автора.

Стратегія формується на основі трьох складників. Перше – цілі, другий – тактика, тобто шлях, яким чином цілі досягатимуть. Третій – покрокові дії, які необхідно виконувати протягом певного періоду, щоб досягнути зазначених цілей. Враховуючи різні дефініції, вважаємо що стратегія розвитку є ніщо інше, як довгостроковий план діяльності, розроблений на основі можливостей, що базуються на внутрішніх нормах культури та дисципліни, урахуванні умов зовнішнього середовища для досягнення визначених цілей якісно нового стану.

У сучасний період в Україні відбувається розвиток ринкового середовища, що викликає значні соціально-економічні трансформації, пов'язані зі перебудовою та переосмисленням відносин між їх суб'єктами. В цілому, інфраструктура – це сукупність елементів, що забезпечують безперебійне функціонування об'єктів і суб'єктів певної відносно самостійної автономної системи і оптимізують їх взаємодію. Щодо інфраструктури фондового ринку, то саме вона є дзеркалом відображення розвитку фондового ринку країни. Елементи фінансової інфраструктури розкривають сутність функціонування ринку цінних паперів та невід'ємно пов'язані з ним. Дана залежність є цілісною, взаємодоповнюючою та взаємозамінною.

Визначення концепції стратегічного забезпечення розвитку інституцій інфраструктури фондового ринку передбачає формування системи управління певного (стратегічного) типу з визначення мети як відправної точки стратегічних дій. Стратегічне забезпечення – процес, за допомогою якого здійснюється довгострокове керування, визначаються специфічні цілі діяльності, розробляються стратегії для досягнення цих цілей, враховуючи всі релевантні (найістотніші) зовнішні та внутрішні умови, а також забезпечується виконання розроблених відповідних планів, які постійно розвиваються і змінюються.

Така орієнтація на визначення, обґрунтування та реалізацію довгострокових цілей з розробкою відповідних стратегій дозволяє стверджувати, що стратегічне забезпечення є однією з форм реалізації цільового підходу.

Стратегічне забезпечення розвитку інститутів інфраструктури фондового ринку потребує державної регуляторної політики щодо фінансового сектору України з метою формування ключових стратегічних напрямків розвитку на найближчі 5-10 років.

Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року визначає пріоритети розвитку фінансової системи України та

запровадження механізмів координації регуляторів фінансового сектору, уряду, державних органів та професійних учасників ринку для досягнення кінцевих цілей розвитку фінансового сектору.

Стратегія визначає п'ять стратегічних напрямів: фінансова стабільність, макроекономічний розвиток, фінансова інклюзія, розвиток фінансових ринків та інноваційний розвиток. Кожен напрямок має свої стратегічні цілі та індикатори виконання.

Розглянемо кожен з цих напрямків та конкретні цілі, в рамках кожного, які стосуються стратегічного забезпечення інститутів інфраструктури фондового ринку України. Стратегічний напрям 1 – фінансова стабільність передбачає такі завдання: ефективне регулювання та нагляд, прозорість фінансового сектору, стійкість фінансового сектору до викликів та якісне корпоративне управління та управління ризиками в фінансовому секторі. В рамках стратегічного напрямку 1 із стратегічним забезпеченням інститутів інфраструктури фондового ринку України пов'язано:

- удосконалення моделі регулювання фінансового сектору та підвищення інституційної спроможності регуляторів;
- удосконалення заходів регулювання та нагляду за операціями фінансових установ з пов'язаними особами;
- підвищення прозорості клієнтів фінансового сектору.

Стратегічний напрям 2 направлений на макроекономічний розвиток в Україні, а саме: забезпечення макроекономічної стабільності, розвиток небанківського фінансування, захист прав кредиторів та інвесторів та створення умов для залучення довгострокових ресурсів в економіку. Постають завдання, направлені на:

- збільшення інвестицій в об'єкти інфраструктури;
- удосконалення законодавства та нормативно-правового захисту прав кредиторів та інвесторів;
- установлення альтернативних способів урегулювання спорів;
- запровадження компенсаційних схем захисту інвесторів на фондовому ринку.

Розвиток фінансових ринків стратегічним напрямом 3 передбачає фінансову інклюзію, а саме: підвищення доступності та рівня користування фінансовими послугами та захист прав споживачів фінансових послуг. Стратегічне забезпечення в цьому напрямку щодо фондового ринку передбачає:

- створення необхідної для користування фінансовими послугами інфраструктури у віддалених територіях;
- створення незалежного механізму вирішення спорів.

Натомість, стратегічний напрям 4, який стосується розвитку фінансових ринків України передбачає такі завдання: розвиток ринків небанківських фінансових послуг, ефективна інфраструктура ринків капіталу, створення ліквідних ринків фінансових інструментів та механізмів/інструментів зниження ризиків здійснення фінансових операцій, інтеграція фінансових інструментів у гривні в глобальні фінансові ринки.

Інноваційний розвиток проявляється у стратегічному напрямку 5. До нього в рамках Стратегії відносять розвиток відкритої архітектури фінансового ринку та платформ регуляторів, розвиток ринку FinTech та цифрових технологій, розвиток регуляторних та наглядових технологій (SupTech&RegTech) та розвиток цифрової економіки. В рамках напрямку інноваційного розвитку фондового ринку стосуються такі завдання:

- розроблення стратегії розвитку FinTech в Україні;
- запровадження регулювання обігу та використання криптоактивів;
- діджиталізація реєстрів, у тому числі створення реєстру страхових посередників [11].

Реалізація Стратегії здійснюватиметься шляхом виконання окремих заходів (проектів), передбачених дорожньою картою Стратегії, відповідно до принципів проектного менеджменту. З метою координації та моніторингу виконання заходів передбачено тісну взаємодію керівників регуляторів, Міністерства фінансів, НКЦПФР, професійних об'єднань учасників ринку.

Аналіз сутності стратегічного забезпечення та його ролі у розвитку інститутів інфраструктури фондового ринку передбачає ретельне дослідження теоретичних основ останнього. Розвиток сучасних економічних систем часто залежить від розвитку інфраструктури, яка забезпечує ефективність функціонування всіх структурних елементів економіки та їх загальної взаємодії. Саме узгодженість та гармонійність розвитку усіх елементів інфраструктури, формує ступінь інвестиційної привабливості та здатності максимальної реалізації інвестиційних інтересів учасників угод з купівлі-продажу цінних паперів.

Оптимальні показники інфраструктури засновані на обсягу економії на витратах, яку вона створює: кількість об'єктів інфраструктури зростатиме до тих пір, поки економічно вигідно буде здійснювати витрати на утворення інфраструктури, фінансового забезпечення її функціонування та координації її роботи у порівнянні з витратами, пов'язаними з укладанням ринкових операцій.

Висновки. Отже, формування системи стратегічного забезпечення розвитку інститутів інфраструктури фондового ринку передбачає націленість на її прозорість, упорядкування проведення реєстраційної і депозитарної діяльності, а також зменшення транзакційних витрат. Це може бути досягнуто завдяки формуванню раціонального складу інфраструктури ринку та вибору ефективної моделі її побудови.

Стратегічне забезпечення у сучасних умовах трансформується з допоміжної та необов'язкової складової формування фінансової політики у першочергову та невід'ємну основу довгострокового та стабільного розвитку інфраструктури фондового ринку.

Література.

1. **Аакер Д.** Стратегическое рыночное управление. СПб.: Питер, 2002. 544 с.
2. **Анттила Ю.** Кризисы предприятий: угрозы и новые возможности для менеджмента качества. *Стандарты и качество*. 2010. № 3. С. 50-53.
3. **Глюк В.** Теория принятия решений. СПб.: Питер. 1995. 81 с.
4. **Друкер П.Ф.** Задачи менеджмента в XXI веке. М.: Вильямс, 2004. 272 с.
5. **Іваницька О.М.** Державне регулювання розвитку фінансової інфраструктури. К.: Видавництво НАДУ, 2005. 276 с.
6. **Іваницька О.М.** Концептуальний підхід щодо регулювання розвитку фінансової інфраструктури в Україні. *Державне управління: теорія і практика*. 2006. № 1. URL : <http://academy.gov.ua/ej/ej3/txts/SOCIALNA/08-IVANISKA.pdf>.
7. **Лиддел Г., Генри Б.** Стратегия непрямых действий. М.: Эксмо, 2008. 464 с.
8. **Минцберг Г., Альстренд Б., Лемпел Дж.** Школы стратегий. СПб.: Питер, 2000. 256 с.
9. **Наливайко А.** Теорія стратегій підприємства. Сучасний стан та перспективи розвитку. К.: КНЕУ, 2001. 227 с.
10. **Немцев В.** Риск-менеджмент инновационного предприятия: современная парадигма. *Проблемы теории и практики управления*. 2011. № 8. С. 43-48.
11. Офіційний сайт Національного банку України. URL : <https://bank.gov.ua/about/refactoring/develop-strategy>.
12. **Шершньова З.Є.** Стратегічне управління. К.: КНЕУ, 2004. 699 с.
13. **Mintzberg H., Quinn J., Sumantra Gh.** The strategy process. New York: Prentice Hall, 1998. 272 p.

References.

1. **Aaker D.** (2002). *Strategicheskoye rynochnoye upravleniye* [Strategic market management]. Saint Petersburg: Piter, p. 554 [in Russian].
2. **Anttila Yu.** (2010). Krizisy predpriyatiy: ugrozy i novyye vozmozhnosti dlya menedzhmenta kachestva [Enterprise crises: threats and new opportunities for quality management]. *Standarty i kachestvo – Standards and quality*, no. 3, pp. 50-53 [in Russian].
3. **Gluck V.** (1995). *Teoriya prinyatiya resheniy* [Theory of decision making]. Saint Petersburg: Piter, p. 81 [in Russian].
4. **Drucker P.F.** (2004). *Zadachi menedzhmenta v XXI veke* [Management Tasks in the 21st Century]. Moscow: Vil'yams, p. 272 [in Russian].
5. **Ivanitskaya O.M.** (2005). *Derzhavne rehulyuvannya rozvytku finansovoyi infrastruktury* [State regulation of financial infrastructure development]. Kyiv: Vydavnytstvo NADU, p. 276 [in Ukrainian].
6. **Ivanitskaya O.M.** (2006). Kontseptual'nyy pidkhid shchodo rehulyuvannya rozvytku finansovoyi infrastruktury v Ukrayini [Conceptual approach to regulating the development of financial infrastructure in Ukraine]. *Derzhavne upravlinnya: teoriya i praktyka – Public administration: theory and practice*, no. 1. Retrieved from: <http://academy.gov.ua/ej/ej3/txts/SOCIALNA/08-IVANICKA.pdf> [in Ukrainian].
7. **Liddell G., & Henry B.** (2008). *Strategiya nepryanmykh deystviy* [Strategy of indirect actions]. Moscow: Eksmo, p. 446 [in Russian].
8. **Mintzberg G., Alstrend B., & Lempel J.** (2000). *Shkoly strategiy* [School of Strategy]. Saint Petersburg: Piter, p. 256 [in Russian].
9. **Nalyvayko A.** (2001). *Teoriya stratehiy pidpryyemstva. Suchasnyy stan ta perspektivy rozvytku* [The theory of enterprise strategies. The current state and prospects of development]. Kyiv: KNEU, p. 227 [in Ukrainian].
10. **Nemtsev V.** (2011). Risk-menedzhment innovatsionnogo predpriyatiya: sovremennaya paradigma [Risk management of an innovative enterprise: a modern paradigm]. *Problemy teorii i praktiki upravleniya – Problems of management theory and practice*, no. 8, pp. 43-48 [in Russian].
11. Ofitsiyny sayt Natsional'noho banku Ukrayiny [Official site of the National Bank of Ukraine]. bank.gov.ua. Retrieved from: <https://bank.gov.ua/about/refactoring/develop-strategy> [in Ukrainian].
12. **Shershnev Z.E.** (2004). *Stratebichne upravlinnya* [Strategic management]. Kyiv: KNEU, p. 699 [in Ukrainian].
13. **Mintzberg H., Quinn J., & Sumantra Gh.** (1998). The strategy process. New York: Prentice Hall. p. 272 [in English].

Анотація.

Німкович А.І. Сутність стратегічного забезпечення та його роль у розвитку інститутів інфраструктури фондового ринку.

Мета дослідження полягає у виявленні та дослідженні сутності стратегічного забезпечення та його ролі у розвитку інститутів інфраструктури фондового ринку.

У статті досліджено теоретичні основи стратегії та стратегічного забезпечення через призму, починаючи від військового поняття і завершуючи науковою думкою XX-XXI століть. В умовах значних соціально-економічних трансформацій наголошується на важливості ролі інфраструктури фондового ринку, як відображення розвитку фондового ринку країни. В цьому контексті обґрунтовано реалізацію довгострокових цілей інфраструктури через стратегічне забезпечення та розробку відповідних стратегій. Розглянуто Стратегію розвитку фінансового сектору України до 2025 року і проаналізовані пріоритети розвитку фондового ринку України.

Ключові слова: стратегічне забезпечення, стратегія, інфраструктура, інститути інфраструктури, фондовий ринок.

Аннотация.

Нимкович А.И. Сущность стратегического обеспечения и его роль в развитии институтов инфраструктуры фондового рынка.

Цель исследования состоит в выявлении и исследовании сущности стратегического обеспечения и его роли в развитии институтов инфраструктуры фондового рынка.

В статье исследованы теоретические основы стратегии и стратегического обеспечения, начиная от военного понятия и завершая научной мыслью XX-XXI столетий. В условиях значительных социально-экономических трансформаций сделано акцент на важности роли инфраструктуры фондового рынка, как отображения развития фондового рынка страны. В этом контексте обоснована реализация долгосрочных целей инфраструктуры через стратегическое обеспечение и разработку соответствующих стратегий. Рассмотрена Стратегия развития финансового сектора Украины до 2025 года и проанализированы приоритеты развития фондового рынка Украины.

Ключевые слова: стратегическое обеспечение, стратегия, инфраструктура, институты инфраструктуры, фондовый рынок.

Abstract.

Nimkovych A.I. The essence of strategic support and its role in the development of the stock market infrastructure institutions.

The purpose of the study is to identify and study the essence of strategic support and its role in the development of stock market infrastructure institutions.

The article explores the theoretical foundations of strategy and strategic support from the military concept to the scientific thought of the XX-XXI centuries. In the context of major socio-economic transformations, the importance of the role of stock market infrastructure is emphasized as a reflection of the development of the stock market of the country. In this context, the author justifies the realization of the long-term goals of the infrastructure through strategic support and development of appropriate strategies. The Strategy of development of the financial sector of Ukraine till 2025 is considered and the priorities of development of the stock market of Ukraine are analyzed.

Key words: strategic support, strategy, infrastructure, institutions of infrastructure, stock market, securities market.

ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ЗА КРИТЕРІЄМ КАПІТАЛІЗАЦІЇ

*ДЕРЕВ'ЯНКО О.Г., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
ІНСТИТУТ ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Наукова проблематика забезпечення економічного зростання підприємства є найбільш динамічним напрямком досліджень сучасної теорії економіки підприємства, яка за умови постіндустріальних умов розвитку набула принципово нових методологічних відмінностей порівняно з початковими ідеями. Це зумовлено, перш за все, специфікою процесів суспільного розвитку, які у сучасних наукових дослідженнях іменуються як складні, неоднозначні, невизначені, а підприємство як складна економічна система набуває характеристик «інформаційної» – «знаннєвої» – «інноваційної» – «сітьової», залежно від того, яка із визначених властивостей розглядається глибше. Інтелектуалізація економічних процесів безпосередньо відобразилася на змістовному контексті економічного зростання підприємства, що, в свою чергу, актуалізувало наукову проблематику досліджень, пов'язану із аспектами його оцінювання. Існуючий теоретичний базис вимірювання економічного зростання дозволяє говорити про його тісний взаємозв'язок із капіталізацією, а точніше із процесно-результатними аспектами капіталотворення. Традиційно, зміст капіталізації науковці досліджують у єдності взаємозв'язку вартості капіталу та зростання, при цьому інструментальні аспекти капіталізації в аспекті економічного зростання підприємств є малодослідженими.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасна теоретична база економічного зростання підприємств представлена у наукових працях зарубіжних вчених, Г. Динза, Е. Домара, С. Зайзеля, Ф. Крюгера, М. Калєцького, Р. Лукаса, У. Мітчела, Е. Пенроуз, Ф. Рамсея, П. Румелта, А. Дж. Стрикленда, А.А. Томпсона, Р. Хендерсона, Р. Харрода, А. Чандлера, Й. Шумпетера та ін. Серед науковців пострадянського простору наукові дослідження в області економічного (корпоративного) зростання здійснювали І. Івашковська,

І. Кіршин, М. Кудіна, С. Кузьмін, С. Клименко, В. Пурлик, І. Репіна, Ю. Цемашко, Г. Швиданенко, Н. Шевчук та ін. Гносеологічна спорідненість проблематики капіталізації з теорією економічного зростання досліджена у наукових працях М. Дедкової, І. Кіршина, Т. Малової, А. Молчана, Л. Сироти. Капіталізація, з одного боку, зумовлює економічне зростання суб'єктів господарювання усіх рівнів, з іншого – виступає критерієм та визначає масштаби зростання.

Формулювання цілей статті. Метою даної наукової статті є обґрунтування методичного підходу до оцінювання економічного зростання за критерієм капіталізації та доведення його до рівня практичної апробації за даними промислових підприємств України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наукова проблематика економічного зростання підприємств була завжди актуальною серед науковців та практиків, так як однією з його основних специфічних характеристик є спрямованість на майбутнє, здатність усвідомлення та передбачення якого є основою успішності розвитку та забезпечення досягнення економічних результатів діяльності підприємств. На основі узагальнення наукового доробку щодо сутності економічного зростання у науковому економічному дискурсі (табл. 1) доцільно зробити змістовні акценти, які в подальшому будуть визначати змістовну логіку даної наукової статті: економічне зростання підприємств з одного боку виступає формою прояву розвитку, з іншого – його необхідною передумовою; зростання є кінцевою метою розвитку економічних суб'єктів, але не самоціллю; економічне зростання набуває якісних характеристик, що зумовлено сучасною специфікою суспільних відносин та тенденціями розвитку бізнес-середовища; основою забезпечення економічного зростання підприємств є ресурси, можливості та організаційні здатності, які у процесах капіталотворення формують бажані та очікувані фінансово-економічні результати.

Щодо вимірювання економічного зростання підприємства, то у сучасній економічній літературі виділяють аналітичні моделі, які можна упорядкувати у такій логічній послідовності:

– *моделі збалансованого зростання.* Базовою тезою теорії стратегії є те, що розвиток компанії має бути збалансованим. Оцінювання збалансованості зростання здійснюється на основі «Золотого правила економіки підприємства» [1, 6];

Таблиця 1

Особливості дослідження економічного зростання підприємства у різних тематичних економічних напрямках [1-5]

Науковий напрямок	Особливості дослідження економічного зростання
Системний підхід	Проблематика зростання пояснюється в категоріальній єдності «розвиток – зростання – структура» та «форма – зміст; частина – ціле» [1]. Для самоорганізованих систем, до яких відносяться підприємства, розвиток виступає в якості змістовного процесу. У свою чергу, зміна структури (момент внутрішніх змін) і кількісне зростання (момент зовнішніх змін) представляють собою форми прояву процесу розвитку системи. Зростання (зовнішній кількісний параметр розвитку) не є самостійним ізолюваним процесом, а протікає разом зі зміною структури (внутрішніми якісними змінами системи)* [2]. Узагальнюючи положення теорії систем можна говорити про те, що розвиток характеризується двома формами свого прояву: зміна структури і зростання (кількісний). Розвиток виступає засобом забезпечення зростання, яке знаходить вираз у різних характеристиках діяльності соціально-економічних систем. Саме зростання, форми вираження якого можуть бути найрізноманітнішими, в кінцевому рахунку виступає наслідком розвитку будь-якої економічної системи, але не самоціллю.
Економічна теорія	економічне зростання визначається як: розвиток соціально-економічних відносин, що базується на якісному переході від технократичних і економократичних установок до антропоцентричного імперативу зростання під впливом підвищення потреб суспільства; стабільно відтворювані взаємозв'язки між економічними суб'єктами з приводу забезпечення зростання валового продукту і національного багатства; збільшення кількості, поліпшення якості факторів виробництва і зміна пропорцій їх взаємодії на фазах позитивної економічної динаміки економічних циклів, що супроводжуються диверсифікацією структури економіки; економічна та інституційна інтеграція національних економік у світову економіку, що регулюється конкурентними позиціями країн [3].
Теорія менеджменту бізнес-організацій	Економічне зростання розглядається у контексті злиття та поглинання, реструктуризації, реінжинірингу бізнес-процесів, комплексного управління якістю, впровадження систем збалансованих показників, даунсайзінгу, аутсорсингу і т.д. Кожен з цих аспектів до дослідження економічного зростання підприємства відображає окрему його сторону, збагачуючи зміст даного поняття та надаючи йому не тільки концептуальні, а і інструментальні риси.
Теорія стратегічного менеджменту	Економічне зростання розглядається як наслідок реалізації тієї чи іншої стратегії, а не як самостійна цінність, що забезпечує підприємству свої специфічні переваги. Змістовного розвитку теорія економічного зростання підприємства набула в межах ресурсної концепції стратегічного менеджменту. Зростання пояснюється накопиченням підприємством ресурсів протягом певного періоду часу [9]. Р. Хендерсон і У. Мітчел наголошують на тому, що ресурси є не єдиним фактором зростання підприємства. Суттєва роль у забезпеченні зростання відводиться можливостям підприємства у взаємодії з іншими учасниками ринкового простору: «можливості для зростання підприємства засновані на його внутрішніх ресурсах і змінах у зовнішньому і внутрішньому середовищі компанії» [1]. Зростання підприємства як феномен є наслідком двох різних способів використання ресурсів. Перший спосіб – це пошук нових шляхів використання існуючих ресурсів, або використання нових типів ресурсів. Для цього необхідно все більше і більше накопичувати знання про ресурси та можливості їх потенційного використання на основі досліджень або проактивного пошуку, що проявляється у організаційних здатностях підприємства [2].
Теорія капіталізації	Зростання розглядається з позицій накопичення капіталу та вартості. В аналітичному аспекті зростання досліджується з точки зору кількісного оцінювання результатів капіталотворення у абсолютному та відносному вимірюванні.

* Під системою мається на увазі соціально-економічна система

– *моделі стійкого зростання*. Класичним варіантом моделі стійкого зростання є аналітична модель Р. Хиггинса (*A Model of Optimal Growth Strategy*), у якій стійкість зростання визнається в тому випадку, якщо воно забезпечено власними джерелами фінансування. Модель Дж. Ван Хорна, яка представляє собою систему рівнянь, що дозволяє розрахувати зростання, що забезпечується приростом активів, зобов'язань і власного капіталу [1]. Модель Р. Візванатана, в змістовних межах якої визначається темп прийняттого для бізнесу зростання з урахуванням фінансових обмежень при виборі корпоративної стратегії. Модель оцінки стійкості економічного зростання компанії BCG (*Boston Consulting Group*), у якій стійкість зростання вимірюється на основі швидкості збільшення обсягу продажів за умови збереження операційної та фінансової політик;

– *моделі вартісного зростання*, в яких вимірювання рівня економічного зростання здійснюється на основі показників вартісно-орієнтованого менеджменту. Дослідження даного класу моделей представлено у наукових працях І. Івашковської [7], С. Клименко [4], Ю. Цемашко [8], Н. Шевчук [9]. Основна ідея даного підходу полягає у розрахунку індексу вартісного зростання компаній, який виступає об'єктивного характеристикою сукупних результатів її діяльності.

На основі критичного узагальнення переваг та обмежень використання представлених моделей оцінювання економічного зростання підприємств та синтезу основних ідей, які сформульовані в межах їх змісту пропонуємо розглянути аналітичну модель оцінювання економічного зростання на основі методу капіталізації, зміст якого полягає у визначенні здатності підприємства забезпечувати зростання фундаментальної вартості на основі розвитку ресурсного потенціалу відповідно до вимог та викликів сучасного бізнес-середовища. Тобто, результатні аспекти економічного зростання будуть описуватися двома характеристиками капіталотворення – накопиченням капіталу (ресурсний аспект) та формуванням доданої вартості на вкладений капітал (вартісний аспект). Відповідно, економічне зростання як цільовий результат капіталізації $f(Gr)$ можна записати як функцію від накопичення капіталу (Cap) та доданої вартості (V_{ad}) (формула 1):

$$f(Cap, V_{ad}) \rightarrow max \quad (1)$$

Традиційно, вимірювання капіталу, як складової вартості підприємства здійснюється на основі балансової величини чистих активів, що не відображає реальну вартісну величину ресурсного

потенціалу підприємства, який з точки зору об'єкту вкладення включає основний, оборотний та інтелектуальний капітал. Кожний з визначених видів капіталу відіграє певну роль у процесах забезпечення економічного зростання підприємства, що визначається операційною специфікою та масштабами бізнесу, умовами господарювання, ін.

Щодо величини доданої вартості, то у наукових джерелах розглядають два альтернативні методологічні підходи до її вимірювання – на основі дискontованих грошових потоках (*Discounted Cash Flows Models, DCFM*) та на основі концепції економічного прибутку (*Economic Profit Model, EPM*). Враховуючи те, що цільове призначення пропонованого підходу до оцінювання економічного зростання на основі капіталізації пов'язано із прийняттям управлінських рішень, варто говорити про доцільність використання моделі економічного прибутку, як такої, що характеризується більш високим рівнем факторної інтерпретації.

Щодо аналітичних метрик вимірювання економічного прибутку, то найбільш вдалими для використання в управлінській бізнес-аналітиці є такі моделі: остаточного прибутку (*RI, Residual Income*); економічної доданої вартості (*EVA, Economic Value Added*); ринкової доданої вартості (*MVA, Market Value Added*). Аналітичні можливості концепції економічного прибутку в аспекті оцінювання економічного зростання продемонструємо на основі моделі остаточного чистого прибутку (*RE, Residual Earnings*), факторна інтерпретація якої представлена каскадом формул 2-6.

$$RE = EBI - k_E \times E \quad (2)$$

$$RE = E \times (ROE - k_E) \quad (3)$$

$$RE = E \times Spred Equity \quad (4)$$

$$Spred Equity = Prof Sales \times W_{Ass} \times (1 + rate_{str.cap}) - k_E \quad (5)$$

$$RE = E \times W_{Ass} \times (1 + rate_{str.cap}) \times Spred Sales \quad (6)$$

де *EBI* – чистий прибуток з урахуванням платежів за користування позиковим капіталом, гр. од.;

k_E – коефіцієнт витрат на власний капітал;

E – величина власного капіталу за балансовою вартістю, гр. од.;

ROE – коефіцієнт прибутковості власного капіталу за величиною EBI ;

$Spread_{Equity}$ – коефіцієнт спреду прибутковості власного капіталу;

$Pr of_{Sales}$ – коефіцієнт рентабельності реалізації продукції/послуг;

W_{Ass} – продуктивність функціонування активів;

$rate_{str.cap}$ – коефіцієнт структури капіталу;

$Spread_{Sale}$ – коефіцієнт спреду прибутковості реалізації продукції/послуг;

Варто зазначити, що здатність капіталу формувати вартість визначається величиною спреду доходності реалізації, як такого співвідношення, що характеризує рівень відповідності фактичного рівня рентабельності реалізації критичному значенню, а характеристика зростання визначається динамікою величини власного капіталу, продуктивності функціонування активів, коефіцієнту структури капіталу.

Формалізація технології оцінювання економічного зростання за критерієм капіталізації представлено на рис. 1, а практичну апробацію даного підходу зроблено за даними вітчизняних промислових підприємств (табл. 2).

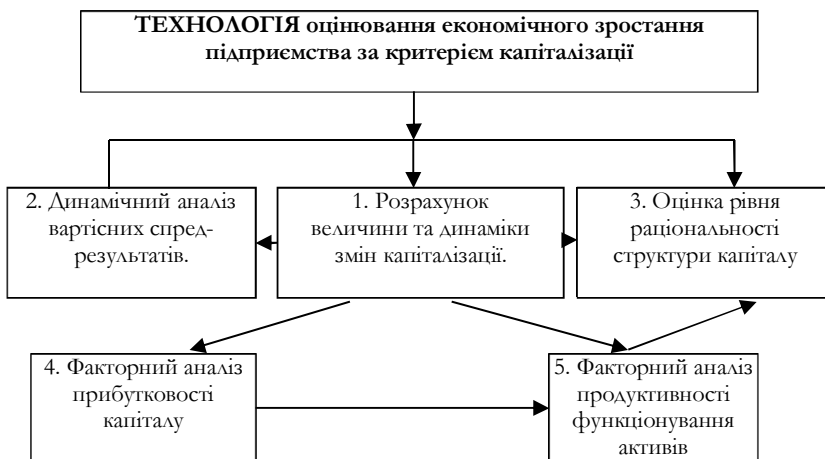


Рис. 1. Технологія оцінювання економічного зростання підприємства за критерієм капіталізації

Таблиця 2

**Показники економічного зростання вітчизняних промислових підприємств
за критерієм капіталізації**

<i>Показники</i>	<i>Роки</i>								
	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>
1. Капіталізація:									
ман. грн	357962	401306	484524	585156	361575	253037	398289	513030	617511
темп приросту (зменш), % до попереднього року	-	12,11	20,74	20,77	-38,21	-30,02	57,40	28,81	20,37
2. Темп приросту (зменш) власного капіталу за балансовою вартістю, % до попереднього року	-	7,66	28,78	22,43	-7,22	-18,62	-4,94	6,99	10,97
3. Додана вартість (остаточний чистий прибуток):									
ман. грн	-54871	-43152	-87841	-115602	-288613	-276106	-104700	-25140	20305
темп приросту (зменш), % до попереднього року	-	21,36	-103,56	-31,60	-149,66	4,33	62,08	75,99	180,77
4. Спред доходності капіталу, %	-13,29	-9,71	-15,35	-16,50	-44,39	-52,18	-20,82	-4,67	3,40
5. Спред доходності реалізації продукції, %	-5,15	-3,24	-6,27	-8,54	-20,20	-15,54	-4,85	-0,96	0,67
6. Продуктивність активів:									
грн./грн	0,93	1,02	0,89	0,75	0,74	0,81	0,84	0,89	0,93
темп приросту (зменш), % до попереднього року	-	9,73	-12,59	-16,28	-1,41	10,55	3,07	5,56	4,65
7. Коефіцієнт структури капіталу:									
значення	1,89	1,98	1,58	1,60	2,47	3,92	4,30	4,72	4,32
темп приросту (зменш), % до попереднього року	-	5,21	-20,35	0,98	54,86	58,55	9,62	9,87	-8,45
8. Рентабельність (збитковість) реалізації продукції, %	1,09	2,40	0,19	-0,31	-12,51	-10,60	-1,15	2,14	3,59
9. Коефіцієнт відповідності фактичного рівня рентабельності реалізації продукції критичному значенню	0,17	0,43	0,03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,69	1,23
10. Рентабельність (збитковість) власного капіталу, %	2,81	7,19	0,45	-0,60	-27,49	-35,58	-4,92	10,43	18,30

Так, представлені результати розрахунку показників економічного зростання вітчизняних промислових підприємств дозволяють зробити такі висновки:

- динаміка показника капіталізації є нестійкою, при цьому формалізація базових факторів її формування (величини власного капіталу та остаточного операційного прибутку) чітко демонструє якісний зріз кількісних тенденцій. Так, у 2018 р. зростаюча тенденція капіталізації була забезпечена як зростанням величини капіталу, так і позитивною величиною доданої вартості, яка до 2018 р. демонструвала руйнівні тенденції;

- формування/руйнування доданої вартості вимірює показник спреду прибутковості реалізації продукції, який характеризується позитивною величиною лише у 2018 р. Коефіцієнт відповідності фактичного рівня прибутковості продажу продукції критичному значенню фактично є мірою, яка характеризує здатність ресурсів підприємства забезпечувати прирощення вартості бізнесу;

- показники змін продуктивності та структури капіталу фактично виступають драйверами зростання, за умови формування вартості промислових підприємств.

Висновки. Узагальнення авторської логіки оцінювання економічного зростання за критерієм капіталізації дозволяє врахувати значну кількість причинно-наслідкових зв'язків, які не завжди лежать на поверхні проблеми, та можуть бути ідентифікованими лише за умови формалізації факторної моделі, яка закладається в основу оцінювання. Автор цілком усвідомлює, що представлена математична інтерпретація оцінювання економічного зростання не дозволяє у повній мірі оцінити вплив нематеріальних факторів на економічне зростання, при цьому його результатний аспект в межах критерію капіталізації є оціненими у повній мірі порівняно із існуючими підходами. Подальші дослідження автора будуть пов'язані з оцінюванням економічного зростання підприємств за критерієм капіталізації у ціннісному аспекті, що у традиційних економічних джерелах описується категоріями корисність, значення, зміст, ін. Такий зріз досліджень потребує удосконалень методичного інструментарію, який дозволить формалізувати, оцінювати співставляти нефінансові індикатори, що характеризують результатні аспекти капіталотворення з урахуванням сучасної специфіки діяльності підприємств та перспектив їх довгострокового зростання.

Література.

1. **Хотинская Г.И.** Корпоративный рост: теория, измерение, управление. *Сервис в России и за рубежом*. 2012. № 3. С. 140-156.
2. **Пурлик В.М.** Интеллектуальный капитал как ключевой фактор развития фирм. Экономика инновационного развития : монография / заг. ред. **М.В. Кудина, М.А. Сажина**. М. : 2013. С. 116-132.
3. **Киршин И.А.** О применении постклассических подходов к анализу роста постиндустриальной экономики. *Вестник Чувашского университета. Гуманитарные науки*. 2009. № 3. С. 431-435.
4. **Клименко С.М.** Фундаментально-вартісне зростання підприємств у постіндустріальному контексті. Стратегія підприємства у постіндустріальному світі : монографія / за ред. **А.П. Наливайка** та **О.М. Гребешковой**. К. : КНЕУ, 2017. С. 238-251.
5. Финансовые механизмы экономического роста на микроуровне / Отчет о НИР под рук. Е.И. Шохина (исполнители: Т.А. Слепнева, Г.И. Хотинская и др.). М. : Финуниверситет. 2011. № госрегистрации – 01201167831.
6. **Хотинская Г.И.** Корпоративный рост: теория, финансовые индикаторы, эмпирические закономерности. *Управление*. 2015. № 4/56. С. 12-17.
7. **Ивашковская И.В.** Система интегрированного управления стоимостью компании: автореф. дисс. на соискание учен. степ. докт. экон. наук: спец.: 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (промышленность)»; спец. 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит». Москва, 2010. 50 с.
8. **Цемашко Ю.С.** Стратегічно-орієнтований підхід до формування економічних результатів підприємств за сучасних умов діяльності. *Інноваційна економіка: науково-виробничий журнал*. 2017. № 7-8 (70). С. 106-112.
9. **Шевчук Н.В.** Економічне зростання національних промислових підприємств: вартісно-орієнтований аспект. Соціально-економічний та технічний розвиток підприємств: проблеми, рішення, оцінка ефективності : Монографія / за ред. Л.М. Савчук. Дніпропетровськ: Національна металургійна академія, Пороги, 2016. С. 193-204.

References.

1. **Khotinskaya G.I.** (2012). Korporativnyy rost: teoriya, izmereniye, upravleniye [Corporate growth: theory, measurement, management]. *Servis v Rossii i za rubezhom – Service in Russia and abroad*, no. 3, pp. 140-156 [in Russian].
2. **Purlik V.M.** (2013). Intellekтуal'nyy kapital kak klyuchevoy faktor razvitiya firm. *Ekonomika innovatsionnogo razvitiya* [Intellectual capital as a key factor in the development of firms. Economics of Innovation Development]. **M.V. Kudin, & M.A. Sazhin** (Eds.). Moscow. pp. 116-132 [in Russian].
3. **Kirshin I.A.** (2009). O primenenii postklassicheskikh podkhodov k analizu rosta postindustrial'noy ekonomiki [On the application of postclassical approaches to the analysis of the growth of the postindustrial economy]. *Vestnik Chuvashskogo universiteta. Gumanitarnyye nauki – Bulletin of the Chuvash University. Humanitarian sciences*, no. 3, pp. 431-435 [in Russian].

4. **Klimenko S.M.** (2017). Fundamental'no-vartisne zrostannya pidpriemstv u postindustrial'nomu kontekstí. Strategíya pidpriemstva u postindustrial'nomu svítí [Fundamental-vartisne zrostannya pidpriemstv at the post-industrial context. Post-industrial strategy in post-industrial education]. **A.P. Nalivayko, & O.M. Grebeshkova** (Eds.). Kiev: KNEU. pp. 238-251 [in Ukrainian].

5. Finansovyye mekhanizmy ekonomicheskogo rosta na mikrourovne [Financial mechanisms of economic growth at the micro level]. (2011). Moscow: Finuniversitet. [in Russian].

6. **Khotinskaya G.I.** (2015). Korporativnyy rost: teoriya, finansovyye indikatory, empiricheskiye zakonomernosti [Corporate growth: theory, financial indicators, empirical patterns]. *Upravlenets – Manager*, no. 4/56, pp. 12-17 [in Russian].

7. **Ivashkovskaya I.V.** (2010). Sistema integrirovannogo upravleniya stoimost'yu kompanii [Integrated value management system for a company: author. diss. for the academic degree]. *Abstract of dissertation of doctor of economic Sciences*. Moscow, p. 50 [in Russian].

8. **Tsemashko Yu.S.** (2017). Strategíchno-oríentovaniy pídkhíd do formuvannya yekonomíchnikh rezul'tatívd pidpriemstv za suchasnikh umov díyal'ností [Strategic-organization of ideas to the form of economic results for the best minds of duality]. *Innovatsíyna yekonomika: naukovro-virobnichiy zhurnal – Innovative Economics: A Scientific and Production Journal*, no. 7-8 (70), pp. 106-112 [in Ukrainian].

9. **Shevchuk N.V.** (2016). Yekonomíchne zrostannya natsíonal'nikh promislovíkh pidpriemstv: vartíсно-oríentovaniy aspekt. Sotsíal'no-yekonomíchniy ta tekhníchniy rozvitok pidpriemstv: problemí, ríshennya, otsínka yefektivností [Economic growth of national industrial enterprises: aspect-organization aspects. Social and economic and technical development of enterprises: problems, solutions, evaluation of effectiveness]. L.M. Savchuk (Ed.). Dnípropetrovs'k: Natsíonal'na metalurgíyna akademiya, Porogi, pp. 193-204 [in Ukrainian].

Анотація.

Дерев'яно О.Г. Оцінювання економічного зростання підприємств за критерієм капіталізації.

Метою статті є обґрунтування доцільності здійснення оцінювання економічного зростання з критерієм капіталізації, як таким, що багатоаспектно враховує широкий спектр факторів, які впливають на різні аспекти діяльності підприємств з урахуванням їх сучасної специфіки. У процесі здійснення наукового дослідження було використано методи узагальнення (для визначення змісту економічного зростання), причинно-наслідкових зв'язків (при формалізації логіки оцінювання економічного зростання за критерієм капіталізації підприємства). Ключовими факторами економічного зростання визначено величину функціонуючого капіталу, вимірювання якого може здійснюватися на основі різних метрик, та доданої вартості, яку запропоновано вимірювати на основі методології розрахунку економічного прибутку. Новизна дослідження полягає у тому, що багатofакторна інтерпретація чистого остаточного прибутку, як одного із вимірників економічного прибутку дозволила сформувати систему ключових показників, які визначають економічне зростання підприємств в аспекті капіталотворення. Практична значущість пропонованого методичного підходу підтверджена розрахунками, які зроблені за даними промислових підприємств України.

Ключові слова: капіталізація, економічне зростання, додана вартість, економічний прибуток, остаточний чистий прибуток.

Аннотация.

Деревянко Е.Г. Оценка экономического роста предприятий по критерию капитализации.

Целью статьи является обоснование целесообразности осуществления оценки экономического роста за критерием капитализации, как таковым, что многоаспектной учитывает широкий спектр факторов, влияющих на различные аспекты деятельности предприятий с учетом их современной специфики. В процессе научного исследования были использованы методы обобщения (для определения содержания экономического роста), причинно-следственных связей (при формализации логики оценивания экономического роста за критерием капитализации предприятия). Ключевыми факторами экономического роста определены величина функционирующего капитала, измерение которого может осуществляться на основе различных метрик, и добавленной стоимости, которую целесообразно измерять на основе методологии расчета экономической прибыли. Новизна исследования заключается в том, что многофакторная интерпретация чистой остаточной прибыли, как одного из измерителей экономической прибыли, позволила сформировать систему ключевых показателей, которые определяют экономический рост предприятий в аспекте капиталопроизводства. Практическая значимость предлагаемого методического подхода подтверждена расчетами, которые сделаны по данным промышленных предприятий Украины.

Ключевые слова: капитализация, экономический рост, добавленная стоимость, экономическая прибыль, остаточная чистая прибыль.

Abstract.

Derevianko O. Estimates of economic growth of enterprises according to the criterion of capitalization.

The aim of the article is justified the feasibility of an assessment of economic growth according to the criterion of capitalization, and as such, multifaceted takes into account a range of factors that affect various aspects of activity of the enterprises taking into account their current circumstances. In the process of implementing the research were used the methods of generalization (for definition of contents of economic growth), causality (with formalization of the logic of growth according to the criterion of capitalization of the enterprise). The key factors of economic growth determined the magnitude of functioning capital, the measurement of which can be based on different metrics, and value added, which is the proposed measure based on the methodology of calculation of economic profit. The novelty of the research lies in the fact that a multifactorial interpretation of the final net profits as a measure of economic profit allowed to form a system of key indicators that determine the economic growth of enterprises in the aspect capititation. The practical relevance of the proposed methodological approach is confirmed by calculations made according to the industrial enterprises of Ukraine.

Key words: capitalization, economic growth, value added, economic profit, the final net profit.

ФІНАНСОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДТРИМКИ ВИРОБНИЦТВА АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК НЕВІД'ЄМНОЇ СКЛАДОВОЇ ПРОДОВОЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ

*ГМИРЯ В.П., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Світова торгівля аграрною продукцією продовжує розвиватися швидкими темпами, проте відмінності в організації та структурі торгівлі в залежності від товару та регіону залишаються значними. Основні фактори, що сприяють розвитку виробництва та попиту, включаючи політику в сфері торгівлі та в суміжних галузях, по-різному впливають на формування цих структур, що може мати важливі наслідки в контексті продовольчої безпеки. За останнє десятиліття обсяги світової торгівлі продовольчою та сільськогосподарською продукцією виросли майже втричі при прогнозованому подальшому збільшенні темпів зростання, враховуючи те, що одні регіони нарощують чистий експорт, а інші - чистий імпорт.

Враховуючи те, що на тлі зміни структури виробництва та споживання обсяги торгівлі аграрною продукцією в світі в найближчі десятиліття будуть продовжувати рости, буде зростати і вплив торгівлі на рівень і характер продовольчої безпеки у всіх регіонах світу. Тому необхідно забезпечити, щоб розширення торгівлі сільськогосподарською продукцією сприяло, а не перешкоджало ліквідації голоду, забезпечення продовольчої безпеки і повноцінного харчування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження сучасного стану формування фінансових інструментів підтримки аграрного ринку в Україні розглядається в роботах таких видатних вітчизняних вчених, як: В.І. Власова, Ю. Алескеровой, О.Є. Гудзь, Є.М. Кирилюка, Н.С. Танклевської, В.М. Онегіної, П.Т. Саблука, О.Г. Шпикуляка, О.М. Шпичака, О.В. Шубравської та ін.

Формулювання цілей статті полягає у визначенні стану фінансування виробництва аграрної продукції в Україні як невід'ємної складової продовольчої безпеки країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сектор сільського господарства та продовольчої безпеки в XXI столітті стикається з численними проблемами. Зміна клімату, як очікується, буде надавати вплив на всі компоненти, які впливають на продовольчу безпеку: наявність, доступність, стабільність і споживання. Загальна наявність продовольства залежить від змін врожайності сільськогосподарських культур, а також змін орних земель. Зміни виробництва продовольства, а також інші чинники можуть впливати на ціни на продовольство, що може впливати на здатність бідних домогосподарств мати доступ до ринків продовольства.

Вразливість сільськогосподарських систем і продовольчої безпеки залежить від багатьох чинників. Збільшення чисельності населення в світі призводить до підвищення попиту на продовольчі продукти. Виснаження запасів внаслідок конкурентної боротьби за землю (міста, природні ресурси, енергетика) накладають додаткове навантаження на продовольчу безпеку. Підвищення повторюваності, суворості та інтенсивності екстремальних метеорологічних і кліматичних явищ сприяє виникненню дефіциту продуктів харчування і неможливості запобігти широкомасштабний наступ голоду в багатьох районах з високим ступенем ризику.

Світовий досвід розвитку аграрного виробництва в два останні десятиліття свідчить про зростання ролі держави в регулюванні аграрного ринку. В економічно розвинених країнах аграрний сектор розглядається як система, не здатна до саморегулювання, а кошти, що виділяються на підтримку сільського господарства, – як компенсація втрат галузі в умовах нестабільності ринку. Розмір цієї компенсації в окремих країнах може досягати 70 % вартості продукції аграрного господарства. Найбільш масштабну підтримку сільгоспвиробникам надають країни з найменш сприятливими для аграрного виробництва природно-кліматичними та географічними умовами.

Стан, структура і динаміка розвитку аграрного експорту є не лише одним із важливих індикаторів якісної оцінки та аналізу фактично досягнутого рівня конкурентоспроможності продукції вітчизняної галузі сільського господарства і АПК, а також окремих секторів, але й загалом характеризує його стратегічне значення у системі формування платіжного балансу країни. Впродовж останніх років частка аграрного сектору в загальному експорті усієї товарної продукції економіки суттєво зросла і досягла 40-42 %.

Агроекспорт нині є потужним драйвером розвитку вітчизняної економіки, що генерує фінансовий ресурс країни для впровадження інновацій та сучасних технологій в агробізнесі, а також забезпечує

надходження валютних коштів для підтримання платіжного балансу і фінансової стійкості курсу національної грошової одиниці.

Якщо порівнювати надходження від експорту аграрної продукції за останні п'ять років, то можна чітко простежити сучасні тренди зростання його ролі і значення в економіці країни. Рекордним за абсолютною вартістю надходжень експорт аграрної продукції виявився у 2017 р. – майже \$ 18 млрд тоді як за відносною часткою у загальній його структурі за всіма видами товарів був 2015 р. – 42,4 %. У 2018-2019 рр. аграрний експорт, завдяки високому врожаю зернових і олійних культур, може значно перевищити показники минулих років.

Також, за підсумками аналізу даних митної статистики України у січні-грудні 2018 р., сукупна вартість усього експорту вітчизняної аграрної продукції сягала близько \$ 18,76 млрд що майже на \$ 0,9 млрд (5 %) більше проти аналогічного періоду 2017-го [1].

За результатами 2018 року зовнішньоторговельний оборот продукцією АПК склав 24,3 млрд дол., з яких 18,8 млрд дол. припало на агроекспорт, що склало 39,8 % в загальному експорті України. Сільгоспекспорт зберігає лідерство в товарній структурі експорту. У минулому році його обсяг був на 880 млн. дол. більше, ніж в 2017 році. У 2018 році був перевищений рекорд 2012 року, коли експорт сільгосппродукції склав 18,2 млрд дол. Найбільші частки аграрного експорту сформували зернові культури – 38,4 % від обсягу сільгоспекспорту, масла – 23,3 % і насіння олійних культур – 10,2 %. Зростання експорту в минулому році забезпечили в основному кукурудза, пшениця, ріпак, м'ясо і субпродукти птиці, олії, тютюн і вироби з нього, яйця і кондитерські вироби. Найбільшими імпортерами української сільгосппродукції в 2018 році були Індія, куди було експортовано продукції АПК на суму понад 1,8 млрд дол., Китай – 1,2 млрд. дол., Нідерланди – 1,2 млрд. дол., Іспанія – 1 млрд. дол. і Єгипет – 0,9 млрд. дол.

За період травень 2018 року – квітень 2019 року, Україна увійшла в трійку найбільших експортерів сільськогосподарської продукції в Європейський Союз, продавши йому аграрної продукції на 6,3 млрд. євро. Це на 14,2 % більше в порівнянні з періодом з травня 2017 по квітень 2018 року. Згідно з даними звіту Європейської комісії, за підсумками травня 2019 року Україна експортувала сільськогосподарської продукції в країни ЄС на 519 млн. Євро, що на 173 млн. Євро більше, ніж в травні 2018 року. Це означає, що за обсягами зростання експорту аграрної продукції в країни ЄС в травні 2019 року Україна посіла перше місце в світі [2].

У розвиток підприємств сільського, лісового та рибного господарства на кінець 2018 р. вкладено 66104 млн. дол. США прямих іноземних інвестицій, що становить 11,4 % загального обсягу прямих іноземних інвестицій в Україні. На підприємствах з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів зосереджено 30213 млн. дол. США прямих іноземних інвестицій (5,2 % їх загального обсягу) (табл. 1).

Таблиця 1

Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності

(у фактичних цінах; мільйонів гривень)

<i>Показники</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>
Усього	219420	273116	359216	448462	578726
Сільське, лісове та рибне господарство	18796	30155	50484	64243	66104
у т.ч. сільське господарство, мисливство та надання пов'язаних із ними послуг	18388	29310	49660	63401	65059
Промисловість	86242	87656	117754	143300	199896
з неї виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	13487	13548	21291	18927	30213

Джерело: складено автором за даними статистичного щорічника «Сільське господарство 2018»

До заходів підтримки аграрного ринку відносяться: цінове регулювання на ринку продукції аграрного виробництва і продовольства за допомогою підтримки внутрішніх цін на сільськогосподарську продукцію; пільгове фінансово-кредитне забезпечення; система пільгового оподаткування, квот і податків на експорт та імпорт продовольства; сільськогосподарське страхування аграрної продукції.

Основну роль у системі регулювання аграрного ринку в зарубіжних країнах відіграє підтримання цін, що забезпечують стабільність доходів агровиробників.

Основними цілями цього регулювання є: стабілізація цін на продукцію сільського господарства шляхом обмеження їх динаміки у відносно вузькому коридорі; підтримання цін, що забезпечують агровиробникам можливість здійснювати розширене відтворення; регулювання обсягів і структури сільськогосподарського виробництва; підтримання стабільності ринку продовольства (табл. 2).

Таблиця 2

**Середні ціни на продукцію сільського господарства,
реалізовану підприємствами**

(гривень за 1 тону)

Показники	2014	2015	2016	2017	2018
Культири зернові та зернобобові	1801,4	2912,1	3414,0	3771,6	4315,0
Культири олійні	4062,8	7531,5	8656,1	9132,0	9318,3
Буряки цукрові фабричні	494,2	788,6	848,6	825,3	749,0
Картопля	2173,6	2436,3	2631,8	3296,3	3746,0
Культири овочеві	2514,3	3903,4	3924,2	4136,1	4448,0
Культири плодові та ягідні	2429,1	5894,5	5863,8	8766,6	5054,0
Сільськогосподарські тварини (у живій масі)	15736,9	21966,2	22468,0	31838,4	33331,2
Молоко	3588,4	4347,3	5461,8	7234,0	7602,4
Яйця, за тис. шт.	782,4	1333,2	1108,7	1145,9	1600,3
Вовна, за т	7557,3	14216,7	24420,4	19833,9	23350,5

Джерело: складено автором за даними статистичного щорічника «Сільське господарство 2018» [3]

У 2018 р. порівняно з попередніми роками ціни на продукти харчування зросли від 54 % до 542 %.

Динаміка підвищення чи зниження ціни на соціальні продукти є такою: цибуля у грудні 2014 року – 3,1 грн, а в грудні 2018-го – 16,8. Зростання протягом 4 років у понад п'ятеро, або на 13,7 грн.; морква у 2014 році – 2,8 грн, у 2018-му – 11,9. Купуємо вчетверо дорожче, або на 9,1 грн більше; буряк у 2014-му коштував 3 грн, у 2018 році – 10,9. Ціна зросла в 3,5 рази, або на 7,9 грн.; капуста. У 2014 році обходилася в 2,6 грн, у 2018-му - у 8,9. Зростання в 3,5 рази, або на 6,3 грн.; картопля подорожчала з 3,1 грн у 2014 році до 8 грн у 2018-му. Збільшення в 2,5 рази, або на 4,9 грн.; хліб житній. У 2014 році – 6,2 грн, у 2018-му – 18,3. Зростання впродовж чотирьох років майже втричі, або на 12,1 грн.; хліб пшеничний 1-го ґатунку коштував у 2014 році 6,5 грн, а в 2018-му – 17,5 грн. Ціна зросла в 2,5 рази, або на 11 грн.; борошно, яке в 2014-му коштувало 5,9 грн, у 2018 році мало середній цінник 11,3 грн. Зростання на 91%, або на 5,4 грн.; гречка у грудні 2014 року продавали по 17,3 грн, у грудні 2018-го обходилася у 16,3 грн. Падіння ціни впродовж 4 років на 6%, або на 1 грн.; цукор у 2014 році – 7,9 грн, у 2018-му – 14,1. Індекс зростання – 78%, або +6,2 грн.; сало зросло з 35,2 грн у 2014-му до 76,3 грн у 2018-му. Зростання за чотири роки вдвічі, або на 41,1 грн.;

свинина. 2014-й рік – 59,5 грн за кілограм, у 2018-му – 115,4 грн. Купуємо на 94% дорожче, або на 55,9 грн.; куряча тушка стартувала з 30,3 грн у 2014-му і піднялась до 57,8 грн у 2018 році. Зростання на 90 %, або на 22,5 грн.; яловичина, яка у 2014 році продавалась по 69,9 грн, у 2018-му мала середню ціну 128,1 грн. Купуємо на 83 % дорожче, або на 58,2 грн.; олія соняшникова, літр якої продався в 2014-му за 18,1 грн, у грудні 2018-го уже йшов по 35. Ціна зросла на 93 %, або на 6,9 грн.; яйця курячі – 1 десяток. 2014-й рік – 14,4 грн, у 2018-му – 24,6 грн. +71 %, або +10,2 грн. [4].

Середні ціни продажу сільськогосподарськими підприємствами аграрної продукції, що склалися у 2018 р., зросли проти 2017 р. на 24,3 %, у т.ч. на продукцію рослинництва – на 35,4 %, на продукцію тваринництва – на 24,1 %. Зростання цін на продукцію рослинництва відбулося в першу чергу за рахунок збільшення (на 45,9 %) цін на зернові культури, які в загальному обсязі реалізованої продукції рослинництва займають 54,4 %, та цін на олійні культури (на 23,6 %) при питомій вазі 43,3 %. Крім того, подорожчали баштанні культури (на 97,3 %), цукрові буряки (на 50,2 %), плоди та ягоди (на 35,9 %), картопля (на 23,1 %), овочі (на 12,1 %).

Основними інструментами та фінансовими інститутами вдосконалення фінансової підтримки аграрного ринку, а отже і забезпечення продовольчої безпеки, можна виділити наступні: форварди, ф'ючерси; використання нематеріальних активів та практики франчайзингу; розвиток іпотечного кредитування; залучення іноземних кредитів та іноземних інвестицій, інвестиційних кредитів; підвищення ефективності державної програми здешевлення кредитів, шляхом часткової компенсації процентних ставок за рахунок бюджетних коштів; розширення кредитної форми кооперації, шляхом активізації діяльності кредитних спілок, формування сприятливого аграрного страхування.

Страхування аграрних ризиків є одним із важливих інструментів підтримки аграрних виробників та досить складним і дорогим процесом. Тому в більшості європейських країн цей вид страхування не розвивається без державної підтримки. Так в деяких країнах вона сягає 90 % страхових премій. Разом з тим, така держпідтримка не суперечить правилам СОТ та все частіше замінює звичні форми прямих субсидій аграріям. Щоб стати впливовим інструментом державної політики в агросекторі, страхування сільгосппродукції з держпідтримкою має бути ефективним, прозорим, надійним та користуватися довірою всіх учасників.

В сучасній практиці оподаткування аграрних товаровиробників використовуються особливі податкові інструменти та наявні спеціальні режими оподаткування, що дозволяють спростити податкові процедури та стимулювати розвиток сільськогосподарської діяльності, а отже і дати можливість розвиватися аграрним ринкам в Україні [5].

Протягом тривалого часу оподаткування агробізнесу вирізнялося наявністю спеціального режиму оподаткування та можливістю вибору спрощеної системи оподаткування, яка протягом 1999-2014 рр. була представлена фіксованим сільськогосподарським податком. Після прийняття Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи» від 28.12.2014 р. в межах скорочення чисельності податків зазначений податок було приєднано (майже без змін) до єдиного податку. Він став єдиним податком IV групи.

До 2015 р. суб'єктам господарювання, які здійснювали діяльність в аграрній сфері (зокрема, у сфері сільського, лісового господарства та рибальства), перебували на загальній системі оподаткування і відповідали встановленим критеріям, було надано право використовувати спеціальний режим оподаткування ПДВ. Його особливість полягала в тому, що сума податку, яка нараховувалася на вартість поставлених сільськогосподарських товарів/послуг власного виробництва, не сплачувалася до бюджету, а повністю залишалась у розпорядженні товаровиробника з метою відшкодування податку за придбані товари/послуги, з яких сформовано податковий кредит, а у разі наявності залишку – використовувалась на виробничі цілі [6].

Скасування спеціального режиму ПДВ відбувалося у два етапи. На першому етапі (протягом 2016 р.) у розпорядженні сільськогосподарського товаровиробника залишалася частка суми ПДВ, розмір якої залежав від галузі виробництва. Пп. 209.2.2 п. 209.2 ст. 209 ПКУ було встановлено, що за операціями з сільськогосподарськими товарами/послугами (крім операцій із зерновими й технічними культурами та операцій з продукцією тваринництва) на спеціальних рахунках, відкритих сільськогосподарським підприємствам, залишається 50 % від суми ПДВ; за операціями із зерновими та технічними культурами – 15 %; за операціями з продукцією тваринництва – 80 %. Ці суми залишалися у розпорядженні сільськогосподарського підприємства для використання у виробництві сільськогосподарських товарів/послуг.

Сьогодні сільськогосподарські товаровиробники сплачують податки за загальною системою або мають право обрати спрощену систему оподаткування у вигляді єдиного податку IV групи [6].

У таких країнах, як Голландія, Великобританія, Швеція, землі сільськогосподарського призначення не є об'єктом оподаткування. Сільськогосподарські товаровиробники, зокрема власники спецтехніки (тракторів, комбайнів і т. д.), сплачують також транспортний податок. Податкова база для обчислення податку визначається як балансова вартість такої техніки.

Пільги по сплаті транспортного податку надаються власникам молоковозів, автомобілів для перевезення кормів та ін. Даний податок має яскраво виражений стимулюючий характер і справляється у цілях заохочення використання високо екологічної техніки.

Сільськогосподарські товаровиробники Німеччини не сплачують промисловий податок, що включає в себе податок на прибуток і податок на капітал. Однак діяльність, пов'язана з обслуговуванням сільського господарства (поставка сільськогосподарської техніки, ветеринарний контроль), визнається об'єктом оподаткування. ПДВ відноситься до непрямого податку, що сплачується сільськогосподарськими товаровиробниками за пільговою ставкою у розмірі 7 %.

Оподаткування сільського господарства спрямоване на зближення сільськогосподарських товаровиробників за рівнем доходів. У Німеччині сільськогосподарські товаровиробники об'єднані в групи залежно від рівня отримуваного доходу. Так, фермери з невисоким рівнем доходу сплачують мінімальний сукупний податок. З ростом доходу зростає не тільки сума податку, але і ускладнюється порядок його обчислення. У США для сільськогосподарських товаровиробників не передбачені пільгові ставки прибуткового податку, вони сплачують аналогічну з іншими платниками податків ставку. Основна маса сільськогосподарських товаровиробників має низький дохід за порівняно з доходами в несільськогосподарських галузях і сплачують прибутковий податок з мінімальною ставкою, прийнятої для всіх платників податків.

Фермери мають право на застосування податкових знижок на величину вироблених витрат у разі впровадження інновацій у рамках урядових програм, що реалізуються на рівні федерального уряду (урядів штатів), з урахуванням до 25 % витрат на пріоритетні інвестиції в ґрунто- та водоохоронні заходи, модернізацію виробничих і господарських будівель та ін.. Так, наприклад, податковим законодавством США дозволено затримувати виплату податку на суму збільшення капітальних вкладень до закінчення процесу інвестування, якщо сільськогосподарські товаровиробники беруть участь в аграрних

програмах, що здійснюються державою. Ті з них, хто організував виробництво у формі акціонерного товариства, сплачують податок на прибуток корпорації і прибутковий податок, що пояснює абсолютну переважання сімейної форми ведення сільського господарства в США – 86 % сільгосппідприємств.

Оподаткування у Франції представлено трьома великими блоками податків: податком на прибуток, непрямими податками, що включаються в ціну товару (податками на споживання), податками на власність. Діють три режими оподаткування в залежності від рівня доходу сільгоспвиробників: професійний (пріоритет касового методу), комерційний (обов'язковий метод нарахувань з урахуванням отриманих авансів) і сільськогосподарський (використовується касовий метод і особливі умови, що враховують специфіку сільського господарства). Стосовно до сплати ПДВ застосовуються стандартна і знижена ставки – 18,6 і 5,5 % відповідно. Знижена ставка встановлена по відношенню до сільськогосподарської продукції та продовольства.

Сільськогосподарські кооперативи Франції не є платниками податку на прибуток. У разі, якщо діяльність кооперативів виходить за рамки статуту і перевищує встановлений критерій доходів (20%) від цієї діяльності, кооперативи втрачають право на використання даної пільги.

Земельний податок на забудовані ділянки, земельний податок на незабудовані ділянки; податок на житло і професійний податок у розмірі 50 % від загальної ставки для сільськогосподарських кооперативів є основними доходами місцевого бюджету.

Щодо земельного податку на забудовані і незабудовані ділянки передбачені пільги. Земельним податком на забудовані ділянки оподатковується вартість нерухомості і ділянок, призначених для комерційного або промислового використання. Щодо будівель, призначених для сільськогосподарського використання, існує пільга у вигляді повного звільнення від оподаткування або звільнення від оподаткування половини кадастрової орендної вартості ділянки, за винятком приміщень для зберігання добрив.

Вважається, що найбільш ефективна податкова політика в області сільського господарства Канаді, де узаконена прогресивна шкала оподаткування. Уряд, незважаючи на доходи, які випадають з бюджету, йде на зменшення податкового навантаження на фермерів і створює умови для появи нових робочих місць і диверсифікації економіки.

При великій різноманітності податкових систем, які застосовуються в різних провінціях Канади, головною особливістю

податкової політики в сільському господарстві цієї країни є податковий фаворитизм по відношенню до фермера. Він проявляється в застосуванні особливих методів оцінки вартості землі та будівель, в знижених рівнях оподаткування, виключення з оподатковуваних сум вартості машин і обладнання, призначених для обробки ґрунту, надання знижок з податків або навіть грантів для оплати податків (останнє відноситься до фермерам та пенсіонерам з низькими доходами) та інших пільг.

Законом України «Про Державний бюджет України на 2018 рік» Мінагрополітики було передбачено видатки загального фонду за програмою 2801030 «Фінансова підтримка заходів в агропромисловому комплексі шляхом здешевлення кредитів» з обсягом фінансування 66 млн гривень.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 31.10.2018 № 790-р «Про перерозподіл деяких видатків державного бюджету, передбачених Міністерству аграрної політики та продовольства на 2018 рік, та внесення змін у додаток до розпорядження Кабінету Міністрів України від 28 лютого 2018 р. № 128» було збільшено видатки за програмою 2801030 «Фінансова підтримка заходів в агропромисловому комплексі шляхом здешевлення кредитів» на 200 млн гривень.

Використання коштів здійснювалося відповідно до Порядку, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 № 300 (із змінами).

За підсумками року, із передбачених планових асигнувань за бюджетною програмою здешевлення кредитів в сумі 266 млн грн, Мінагрополітики, через органи Державної казначейської служби, спрямовано до областей бюджетні кошти в сумі 265,9 млн грн, які фактично використано. Залишок невикористаних коштів склав 87,05 тис гривень. Використання бюджетних коштів не в повному обсязі пояснюється, головним чином, недоліками в організації роботи деяких обласних конкурсних комісій.

Загальна кількість підприємств-позичальників, які скористались у 2018 році програмою здешевлення кредитів склала 719 підприємств, з них: 546 підприємств, які залучили короткострокові кредити та 265 підприємств, які залучили середньострокові кредити (92 підприємства, залучили як коротко-, так і середньострокові кредити).

Спрямовані бюджетні кошти дозволили здешевити кредити загальним обсягом понад 9,1 млрд грн, в тому числі: близько 8,0 млрд

грн – короткострокових кредитів та понад 1,1 млрд грн – середньострокових кредитів.

Найбільші обсяги кредитів залучено підприємствами-позичальниками Харківської (1,2 млрд грн.), Київської (1,1 млрд грн), Черкаської (848,4 млн грн), Хмельницької (678,3 млн грн.) та Тернопільської (673,4 млн грн) областей [7].

Висновки. Враховуючи вище викладене можна зробити наступні висновки щодо вдосконалення фінансової підтримки ринку аграрної продукції в Україні.

Для розвитку малого бізнесу в аграрному секторі, а отже і збільшення обсягів реалізації аграрної продукції на аграрному ринку, доцільно надання позик під заставу землі та іншого майна фермерським господарствам. А також надання кредитних канікул для можливості підприємствам повернути своєчасно кредити.

Основною особливістю зарубіжного досвіду кредитування сільського господарства є кредитування сільськогосподарських підприємств під заставу землі (земельно-іпотечне кредитування) з рефінансуванням відповідних кредитних вимог. Кредитування під заставу землі має стабільну правову базу, відпрацьовані технології кредитного процесу, характеризується використанням сек'юритизації кредитних вимог.

Для України даний вид кредитування є достатньо новим, але використання землі, як заставного майна дозволить розширити можливості отримання додаткових фінансових ресурсів аграрними виробниками, а отже, розширити свою виробничу діяльність та знизити собівартість аграрної продукції.

Аналіз особливостей оподаткування у сільському господарстві зарубіжних країн дозволяє зробити висновок, що для застосовуваних підходів характерна конкретна мотивація.

Оподаткування сільськогосподарських товаровиробників відрізняється пільговим характером, який проявляється у функціонуванні спеціальних податкових режимів і наявність податкових пільг. Податковій політиці в сільському господарстві розвинених країнах властива чутливість до лобіювання.

Податковими пільгами і преференціями користуються сільськогосподарські товаровиробники, які отримують менший дохід. У зарубіжних країнах сільськогосподарським виробництвом займаються в основному сімейні ферми, що і визначає специфіку застосування податкових пільг, які створюють умови для їх розвитку, тим самим регулюючи різні аспекти сільськогосподарського виробництва.

Україні необхідно звернути увагу на даний досвід і створити умови для пільгового оподаткування аграрних виробників, що дозволить в свою чергу збільшити обсяги виробництва продукції, а отже і забезпечити продовольчу безпеку країни.

Література.

1. Експортні можливості України. Веб-сайт. URL : <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichni-hektar/item/12900-eksportni-mozhlyvosti-ukrainy.html> (дата звернення 10 грудня 2019 р.).

2. Чи може Україна продовжувати нарощувати експорт сільгосппродукції? Веб-сайт. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2785567-ci-moze-ukraina-prodovzuvati-narosuvati-eksport-silgospprodukcii.html> (дата звернення 10 грудня 2019 р.).

3. Сільське господарство 2018 р.: статистичний щорічник. Державний комітет статистики України. Київ, 2019. 186 с.

4. Як змінилися ціни на продукти в Україні протягом 4 років Веб-сайт. URL : <https://ua.112.ua/mnenie/yak-zminylysia-tsiny-na-produkty-v-ukraini-zachotyry-roky-477940.html> (дата звернення 11 грудня 2019 р.).

5. **Гмря В.П.** Фінансовий механізм формування ринку аграрної продукції України. *Вісник Одеського національного університету. Економіка*. 2015. Т. 20. Вип. 4(3). С. 45-48.

6. Оподаткування агробізнесу: останні новели. Веб-сайт. URL : <http://yur-gazeta.com/publications/practice/mitne-pravo/opodatkuvannya-agrobiznesu-ostanni-noveli.html> (дата звернення 1 грудня 2019 р.).

7. Стан кредитування підприємств АПК у 2018 році. Веб-сайт. URL : <https://agro.me.gov.ua/ua/napryamki/finansova-politika/kredituvannya/stan-kredituvannya-pidpriemstv-apk/stan-kredituvannya-pidpriemstv-apk-u-2018-roci> (дата звернення 1 грудня 2019 р.).

8. Анализ мировых тенденций государственной поддержки сельского хозяйства. М., 2015. URL : <https://docviewer.yandex.ru/view/54361239> (дата звернення 1 грудня 2019 р.).

References.

1. Eksportni mozhlyvosti Ukrayiny [Export opportunities of Ukraine]. *agro-business.com.ua*. Retrieved from: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichni-hektar/item/12900-eksportni-mozhlyvosti-ukrainy.html> (accessed December 10, 2019) [in Ukrainian].

2. Chy mozhe Ukrayina prodovzhuvaty naroshchuvaty eksport sil'hospproduktsiyi? [Can Ukraine continue to increase its exports of agricultural products?]. *www.ukrinform.ua*. Retrieved from: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2785567-ci-moze-ukraina-prodovzuvati-narosuvati-eksport-silgospprodukcii.html> (accessed December 10, 2019) [in Ukrainian].

3. Sil's'ke hospodarstvo 2018 r: statystychnyy shchorichnyk. [Agriculture 2018: Statistical Yearbook]. *Derzhavnyy komitet statystyky Ukrainy – State Statistics Committee of Ukraine*. Kyiv, p. 186 [in Ukrainian].

4. Yak zminylysia tsyny na produkty v Ukraini protyahom 4 rokiv [How has the prices of products in Ukraine changed over the 4 years]. *ua.112.ua*. Retrieved from: <https://ua.112.ua/mnenie/yak-zminylysia-tsyny-na-produkty-v-ukraini-zachotyry-roky-477940.html> (accessed December 11, 2019) [in Ukrainian].

5. **Hmyrya V.P.** (2015). Finansovy mekhanizm formuvannya rynku ahraryoi produktsiyi Ukrainy [Financial mechanism of formation of the market of agricultural products of Ukraine]. *Visnyk Odes'koho natsional'noho universytetu. Ekonomika*, Vol. 20, Issue. 4(3), pp. 45-48 [in Ukrainian].

6. Opodatkuvannya ahrobiznesu: ostanni novely [Agribusiness Taxation: The latest novelty]. *yur-gazeta.com*. Retrieved from: <http://yur-gazeta.com/publications/practice/mitne-pravo/opodatkuvannya-agrobiznesu-ostanni-noveli.html> (accessed December 1, 2019) [in Ukrainian].

7. Stan kredytuvannya pidpryemstv APK u 2018 rotsi [The state of credit of agricultural enterprises in 2018]. *agro.me.gov.ua*. Retrieved from: <https://agro.me.gov.ua/ua/napryamki/finansova-politika/kredituvannya/stan-kredituvannya-pidpryemstv-apk/stan-kredituvannya-pidpryemstv-apk-u-2018-roci> (accessed December 1, 2019) [in Ukrainian].

8. *Analiz myrovyykh tendentsiy gosudarstvennoy podderzhky sel'skoho khozyaystva* [Analysis of world trends in state support for agriculture]. (2015). Moscow. Retrieved from: <https://docviewer.yandex.ru/view/54361239> (accessed December 1, 2019) [in Russian].

Анотація.

Гмиря В.П. Фінансові інструменти підтримки виробництва аграрної продукції як невід'ємної складової продовольчої безпеки країни.

В статті розглянуто особливості формування фінансових інструментів підтримки виробництва аграрної продукції як невід'ємної складової продовольчої безпеки країни. Визначено мету, яка полягає у визначенні найбільш ефективних фінансових інструментів підтримки виробництва аграрної продукції та створення сприятливих умов для забезпечення населення аграрними продуктами. Методи дослідження. Фундаментальні та прикладні дослідження вітчизняних і зарубіжних науковців – основа дослідження, у процесі якого було використано загальнонаукові та спеціальні методи пізнання, а саме - метод наукових абстракцій; методи аналізу, синтезу, індукції та дедукції; методи логічного узагальнення, порівняння, групувань; графічний метод.

Результати дослідження сформулювали основні проблеми фінансової підтримки виробників аграрної продукції, виявлено, що споживчий кошик населення України значно скоротився у зв'язку з ростом цін на основні продукти, що в свою чергу призводить до зниження якості продовольчої безпеки країни. Визначено стан кредитування та оподаткування аграрних виробників, та вплив цих показників на загальний стан

підприємств. Крім того розглянуто стан фінансової підтримки аграрних виробників на рівні держави. Наукова новизна в дослідженні полягає у формуванні практичних заходів підтримки аграрних виробників з метою визначення пріоритетних фінансових інструментів забезпечення сталого розвитку. Практична значущість дослідження дозволить вирішити проблеми фінансової підтримки агровиробників та створити умови для збільшення обсягів виробництва аграрної продукції. Перспективи подальших досліджень полягають у виявленні механізму вирішення нагальної проблеми не лише України, а й світу щодо забезпечення продовольчої безпеки.

Ключові слова: продовольча безпека, аграрна продукція, фінансові інструменти, ціноутворення, оподаткування, кредитування, інвестування, розвиток країни.

Аннотация.

Гмыря В.П. Финансовые инструменты поддержки производства аграрной продукции как неотъемлемой составляющей продовольственной безопасности страны.

В статье рассмотрены особенности формирования финансовых инструментов поддержки производства аграрной продукции как неотъемлемой составляющей продовольственной безопасности страны. Определена цель, которая заключается в определении наиболее эффективных финансовых инструментов поддержки производства аграрной продукции и создания благоприятных условий для обеспечения населения аграрными продуктами. Методы исследования. Фундаментальные и прикладные исследования отечественных и зарубежных ученых – основа исследования, в процессе которого были использованы общенаучные и специальные методы познания, а именно - метод научных абстракций, методы анализа, синтеза, индукции и дедукции; методы логического обобщения, сравнения, группировок; графический метод.

Результаты исследования сформировали основные проблемы финансовой поддержки производителей аграрной продукции, выявлено, что потребительскую корзину населения Украины значительно сократился в связи с ростом цен на основные продукты, что в свою очередь приводит к снижению качества продовольственной безопасности страны. Определено состояние кредитования и налогообложения аграрных производителей, и влияние этих показателей на общее состояние предприятий. Кроме того, рассмотрено состояние финансовой поддержки аграрных производителей на уровне государства. Научная новизна исследования заключается в формировании практических мер поддержки аграрных производителей с целью определения приоритетных финансовых инструментов обеспечения устойчивого развития. Практическая значимость исследования позволит решить проблемы финансовой поддержки агропроизводителей и создать условия для увеличения объемов производства аграрной продукции. Перспективы дальнейших исследований заключаются в выявлении механизма решения насущной проблемы не только Украины, но и мира в отношении обеспечения продовольственной безопасности.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, аграрная продукция, финансовые инструменты, ценообразование, налогообложение, кредитование, инвестирование, развитие страны.

Abstract.

Hmirya V.P. Financial instruments to support agricultural production as an integral component of food security in the country.

The article deals with the peculiarities of the formation of financial instruments to support the production of agricultural products as an integral part of the country's food security. Defined goal, which is to determine the most effective financial instruments to support agricultural production and create favorable conditions for the population of agricultural products. Research methods. Fundamental and applied research of domestic and foreign scientists – the basis of the study, which was used General scientific and special methods of cognition, namely, the method of scientific abstractions, methods of analysis, synthesis, induction and deduction; logical methods of generalization, comparison of groups; graphical method.

The results of the study formed the main problems of financial support of producers of agricultural products revealed that the consumption basket of the population of Ukraine decreased considerably with the increase in the prices of basic products, which in turn leads to a decrease in the quality of the country's food security. The state of crediting and taxation of agrarian producers is determined, as well as the impact of these indicators on the overall state of enterprises. The state of financial support of agricultural producers at the state level is also considered. The scientific novelty of research consists in development of practical measures to support agricultural producers to determine priority of financial instruments of sustainable development. Practical significance of the research will allow solving problems of financial support of agricultural producers and creating conditions for increasing production volumes of agricultural products. Prospects of further studies lie in the identification of the mechanism of solving the pressing problems of not only Ukraine but also the world in respect of food security.

Key words: *food security, agricultural products, financial instruments, pricing, taxation, credit, investment, the development of the country.*

УДК 338:669

АНАЛІТИЧНІ МОДЕЛІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОЦІНЮВАННЯ ФУНДАМЕНТАЛЬНОЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

**МЕЛЬНИК О.В., ДОЦЕНТ,
ДВНЗ КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМ. В. ГЕТЬМАНА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств потребує якісно нових управлінських рішень, які спрямовані на забезпечення довгострокового зростання та стійкості розвитку бізнесу. Акцент менеджменту підприємств має бути сфокусованим на тих елементах

виробничої бізнес-системи, які максимально враховують увесь спектр факторів, що впливають на результативність функціонування та розвитку бізнес-структур. Одним з таких елементів є фундаментальна вартість. Фундаментально-вартісний менеджмент, на сучасному етапі прийнятий науковим та бізнес-товариством як найважливіша управлінська парадигма, яка активно набуває практичного використання. Значну увагу вчених та практиків до зростання вартості привертає значна кількість підходів, концепцій серед яких особливий інтерес представляє її дослідження саме як критерію ефективності управління бізнесом. З наукової точки зору, у такій постановці питання є певний елемент невизначеності, тобто про зростання якої саме вартості йдеться, ринкової чи фундаментальної. На формування ринкової вартості впливає досить велика кількість факторів, які є неспідконтрольними менеджменту або такі, що пов'язані з маніпуляціями інформацією про стан бізнесу. Щодо фундаментальної вартості, то основою її формування є конкурентоспроможність підприємства, а факторами зростання – інвестиційна активність та привабливість. Тому як з наукової, так і практичної точки зору актуалізується потреба у розробці аналітичних та організаційних механізмів, впровадження яких зумовило б зростання пріоритетних, з точки зору менеджменту, видів вартості підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження вартості, як критерію ефективності управління підприємством є досить обговорюваним напрямком сучасної економічної теорії, а фундаментальні результати у даному аспекті представлено у працях Е. Бредлі, Р. Брейлі, Р. Герца, А. Дамодарана, Т. Коллера, Т. Коупленда, С. Майерса, Д. Мартина, Дж. Мурріна, М. Скотта, Ш. Титмана, Р. Дж. Тьюлза, Дж. І. Фіннерті, У. Шарпа, Р. Дж. Екклза. На основі праць визначених авторів управлінська проблематика вартості підприємства набула потужного розвитку в дослідженнях науковців пострадянського простору І. Астраханцевої, Д. Волкова, І. Івашковської, М. Кудіної, О. Мендрула, О. Мних, А. Фролової, О. Яковлевої та ін.

Формулювання цілей статті. Розглядаючи фундаментальну вартість, як критерій ефективності управління бізнесом, метою даної наукової статті є упорядкування аналітичних моделей її оцінювання, які є інформативними та дієвими у процесах прийняття управлінських рішень.

Виклад основного матеріалу дослідження. На основі узагальнення наукових джерел у змістовних межах даної статті під

фундаментальною вартістю автор буде розуміти таку сутнісну характеристику підприємства, як форми організації капіталу, яка відображає його потенційну здатність як суб'єкту економічних відносин формувати вартість, тобто забезпечувати не тільки її створення, а і прирощення [1-9]. З точки зору бізнес-аналітики, основними вартість формуючими факторами є сама величина функціонуючого капіталу та додана вартість, яку формує цей капітал.

Узагальнення наукових джерел [2-5, 10] щодо методів оцінювання фундаментальної вартості дозволяє зробити такі змістовні узагальнення:

- у переважній більшості наукових джерел, у яких мова йде про управлінське оцінювання вартості, науковці наголошують на том, що представлені у публікаціях методи формалізують ринкову вартість підприємства. При цьому усі вони базуються на результатних аспектах капіталотворення на підприємстві, які вимірюються на основі різних методологічних підходів, та не враховують впливу дії зовнішніх факторів, що є невідконтрольними менеджменту підприємств;

- відповідно до класичної класифікації методів оцінювання вартості підприємства, можна говорити про те, що не усі методи можна віднести до таких, що є інформативними з точки зору використання в управлінській бізнес-аналітиці (наприклад, метод очікуваних результатів від ліквідації, група методів капіталізації, метод аналога публічної компанії, тощо). При цьому говорити про те, що методи дисконтування грошових потоків, методи, що базуються на концепції економічного прибутку, що використовують для оцінок ринкової вартості, на наш погляд, неправомірно, так як у їх основу закладено результати процесів капіталотворення, що відбуваються виключно у внутрішньоорганізаційній площині.

Результати критичного аналізу описаних у сучасних наукових публікаціях аналітичних метрик, які можна використовувати у процесах управлінського оцінювання та аналізу фундаментальної вартості, дозволяє говорити про їх умовний розподіл на такі групи: аналітичні моделі, що базуються на концепції економічному прибутку та моделі, в основу яких закладено концепцію дисконтування грошових потоків.

У сучасній науковій літературі однією з найбільш поширених точок зору на методологію визначення фундаментальної вартості підприємства є теорія економічного прибутку [4, 10]. Економічний прибуток слугує вимірником вартості, яку формує підприємство протягом одиничного терміну часу та визначається як добуток спреду

продуктивності капіталу та інвестованого капіталу (формула 1) [4].

$$EP = IC \times (ROIC - WACC) \quad (1)$$

де EP – економічний прибуток (Economic Profit);

IC – величина інвестованого капіталу;

$ROIC$ – рентабельність інвестованого капіталу;

$WACC$ – середньозважені витрати на капітал.

Еволюціонуючи, концепція економічного прибутку набуває нових особливостей, які враховують потреби та тенденції розвитку сучасного бізнесу та набуває широкого практичного використання для управлінського оцінювання стратегічних ініціатив та перспектив розвитку підприємства, з урахуванням сучасних тенденцій дисконтування. Науковий розвиток методів економічного прибутку знаходить відображення у концепціях доданої вартості – остаточного операційного прибутку, економічної доданої вартості, грошової доданої вартості, доданої вартості для стейкхолдерів.

Моделі остаточного прибутку (*Residual Income Model, RIM*) пов'язують з науковими працями Е. Фами, М. Міллера, Ф. Моділяні, Е. Едвардса, П. Белла [11]. Основою формування RIM виступають наступні фактори: величина інвестованого капіталу на момент оцінювання, фактичний та очікуваний рівень доходності на інвестований капітал, стійкість динаміки середу результатів. В контексті RIM виділяють два напрямки, які розкривають змістовне наповнення: операційний, що базується на концепції операційного остаточного прибутку (*Residual Operation Income, ReOI*) та капітальний, основою якого є чистий остаточний прибуток (*Residual Earnings, RE*). Показник остаточного операційного прибутку, що введено у науковий оборот С. Пенменом, по суті є аналогом показника економічного прибутку у версії консалтингової компанії *McKinsey & Co.* Інформаційна спрямованість *ReOI* фокусується на операційних ефектах діяльності підприємства, що зумовило у розрахунку (формула 2-3) [11] під інвестиціями використовувати балансову величину чистих активів (*NA, Net Assets*).

$$ReOI = EBI - NA \times WACC \quad (2)$$

$$ReOI = NA \times (ROA - kWACC) \quad (3)$$

де ROA – рівень рентабельності чистих активів, що розрахований на основі чистого прибутку до сплати відсотків;

EBI – прибуток до сплати відсотків за позиковий капітал, але після сплати податку на прибуток (чистий операційний прибуток);

k_{WACC} – ставка середньозважених витрат на капітал.

Становлення показника остаточного чистого прибутку (формула 4-5) [11] пов'язано з ім'ям Е. Едвардса і П. Белла, а також широко використовується консалтинговою компанією *Marakon Associates*. RE-модель досить часто зустрічається у наукових публікаціях як модель Едвардса – Белла – Олсона (*Edwards – Bell – Ohlson (EBO) valuation Model*) (умовне позначення EBO-модель було введено у науковий оборот В. Бернардом і надалі стало загальноживаним у науковій літературі та бізнес-практиці).

$$RE = NI - k_E \times E \quad (4)$$

$$RE = E \times (ROE - k_E) \quad (5)$$

де ROE – рівень рентабельності власного капіталу за чистим прибутком (даний показник в сучасних наукових дослідженнях зустрічається як «фінансова рентабельність» підприємства);

NI – чистий прибуток;

k_E – ставка витрат на власний капітал.

Показник RE характеризує чисті ефекти результатів діяльності підприємства безпосередньо з позицій акціонерів (власників). Тому, інвестиціями виступає величина власного капіталу, результатом – чистий прибуток, а рівень очікуваної доходності вимірюється на основі витрат на власний капітал.

Досконалою альтернативою RI -моделям є CVA -модель (*Cash Value Added, CVA*), основою формування якої є грошова база. Показник грошової доданої вартості, по суті виражає остаточні грошові потоки (*Residual Cash Flow, RCF*), які генерує інвестований капітал. В наукових дослідженнях розглядають дві версії показника CVA : версія *Boston Consulting Group (BCG)* та версія компанії *Frederik Weissenrieder Consulting*. Однак популяризованою є версія *BCG*, відповідно до якої CVA визначається за формулою 6 [11]:

$$CVA = CFBI - INA \times WACC \quad (6)$$

де INA – первісна вартість чистих активів.

Показник чистого грошового потоку до процентних платежів ($CFBI$) є аналогом чистого операційного прибутку (EBI), але з урахуванням не тільки бухгалтерської, а і економічної амортизації (формула 7), що дозволяє уникнути недоліків використання

RI-моделей, що пов'язані з від'ємним рівнем доходності на початку інвестиційного циклу [11].

$$CFBI = EBI + Depr - EDepr \quad (7)$$

де *Depr* – витрати на амортизацію;

Edepr – витрати на економічну амортизацію;

Досить розповсюдженим у науковому та бізнес-товаристві є показник економічної доданої вартості (*Economic Value Added, EVA*). Крім простоти розрахунку *EVA* дозволяє оцінювати управлінську ефективність процесів капіталотворення на підприємстві як в цілому, так і в окремих підрозділах. *EVA* є індикатором якості управлінських рішень: постійна позитивна величина цього показника свідчить про збільшення вартості підприємства, тоді як негативна – про її руйнування [10].

У сучасній науковій літературі популяризується показник доданої вартості для стейкхолдерів (*Stakeholder Value Added, STVA*). Даний показник є досить вагомою аналітичною новацією з точки зору врахування стратегічної складової оцінювання фундаментальної вартості підприємства. У наукових працях І. Івашковської [2, 3] розвивається новий напрямок розвитку фінансової аналітики на основі фундаменту вартості для стейкхолдерів, суть якого полягає у необхідності відобразити мотиви, наміри та дії, спрямовані на досягнення бажаних та очікуваних результатів реалізації стратегії. Наукова позиція І. Івашковської стосується фундаментальних положень нової парадигми аналізу підприємства, яка базується на пріоритеті нематеріальних та нефінансових форм капіталу. Архітектура капіталу, яка представлена як співвідношення усіх його форм, фіксує сукупність усіх структурних характеристик: власність на кожну форму капіталу; мотивацію стратегічних стейкхолдерів, а також способи досягнення стратегічних намірів, що формують бізнес-модель; структуру факторів ризику та їх розподіл між стейкхолдерами. У такій змістовній постановці цільовою моделлю підприємства І. Івашковська визначає гармонізацію інтересів усіх стейкхолдерів, відповідно, висунуто положення щодо доцільності забезпечення зростання вартості для всіх зацікавлених осіб бізнесу.

Щодо концепції дисконтування грошових потоків, то вона базується на простій ідеї: інвестиції додають вартість, якщо віддача від них перевищує віддачу від інших інвестицій з таким же ступенем ризику [10]. Іншими словами, при даному рівні прибутків підприємство з більш високою рентабельністю інвестицій може вкладати в бізнес менше капіталу, створюючи більший за величиною грошовий потік і,

відповідно, більшу величину фундаментальної вартості. Дисконтований грошовий потік зводить до одного числового значення усі результати діяльності підприємства протягом всього часу його функціонування і використовується в стратегічному аналізі, тоді як, економічна прибуток є лише короткостроковим фінансовим показником [6, 10].

Ще на початку XX сторіччя відомий економіст І. Фішер відзначив: «Основне положення теорії капіталу полягає в тому, що вартість активу дорівнює майбутнім грошовим надходженням від нього, приведеним до поточної вартості на основі відповідної ставки дисконтування» [11]. Цю думку протягом розвитку теорії фінансів підтверджували: Ф. Блек, У. Баффет, А. Грегорі, А. Дамодаран, Т. Коупленд, Ф. Модільяні, М. Міллер, Дж. Б. Уільямс, М. Шоулз і багато інших дослідників. Узагальнюючи досвід фундаментальних досліджень в області теорії і практики фінансового управління підприємством, можна констатувати, що сьогодні практично всі фахівці прийшли до наступних висновків: підприємство можна розглядати як інвестиційний проект, або сукупність окремих інвестиційних проектів; на кожен з цих проектів спрямовується певна кількість ресурсів, які генерують чисті доходи; вартість підприємства залежить від здатності капіталу генерувати грошові потоки, які можна отримати в майбутньому; вартість підприємства визначається величиною прогнозованих грошових потоків за мінусом інвестицій; вартість підприємства або будь-якого його активу являє собою функцію трьох змінних: грошових потоків, що генеруються активами, часу очікування цих потоків і ступенем невизначеності прогнозу даних.

Загальна логіка визначення вартості компанії (*Total Value of Company*) може бути представлена наступним чином (формула 8) [4]:

$$VC = \sum_{t=1}^n \frac{FCF_t}{(1+k)^n} \quad (8)$$

де VC – вартість компанії;

FCF – вільний (чистий) грошовий потік;

k – ставка дисконтування;

n – тривалість інвестиційного періоду.

Варто акцентувати увагу на тому, що, науковці наголошують на необхідності вибору одного з двох альтернативних методів оцінювання ефективності управління підприємством за вартісним критерієм – або моделей, що базуються на концепції економічного прибутку, або

дисконтування грошових потоків. Не зважаючи на змістовну тотожність результатів оцінювання автором дотримується точки зору, що з точки зору управлінського аналізу моделі, які базуються на концепції економічного прибутку є більш інформативними, так як характеризуються більш високим рівнем факторної інтерпретації, що дуже важливо з точки зору побудови ієрархії цілей за різними рівнями управлінського впливу на процеси капіталотворення.

Висновки. Узагальнюючи представлені характеристики та обмеження аналітичних моделей управлінського оцінювання фундаментальної вартості підприємств можна говорити про доцільність їх синтетичного використання та комбінування показників. Однак, слід усвідомлювати, що ефективність управлінських рішень за фундаментально-вартісними критеріями може бути досягнута лише за умови підпорядкування єдиній меті, на основі якої вибудовується аналіз та оцінювання. Тому, вибір аналітичної моделі відповідно до ситуації має здійснюватися виходячи із оперативності, рівня співставленості вигід і витрат, що пов'язані з отриманням інформації, необхідної для здійснення достовірних розрахунків.

Література.

1. **Астраханцева И.А.** Методология нелинейного динамического управления стоимостью компании. ГОУВПО «Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина», г. Иваново. 2011. 172 с.
2. **Ивашковская И.** Моделирование стоимости компании. Стратегическая ответственность совета директоров Москва. Инфра-М, 2009. 430 с.
3. **Ивашковская И.В.** Финансовые измерения корпоративных стратегий. Стейкхолдерский подход Москва: ИНФРА-М, 2013. 319 с.
4. **Кудина М.В.** Теория стоимости компании: [Монография]. Москва. ИД «ФОРУМ», ИНФРА-М, 2010. 368 с.
5. **Мендрул О.Г.** Управління вартістю підприємств: [Монографія] Київ: КНЕУ, 2002. 272 с.
6. **Мендрул О.Г.** Управління вартістю підприємства: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2011. 538 с.
7. **Мних О.Б.** Маркетингова концепція формування вартості машинобудівного підприємства: теорія і практика: [Монографія]. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. 428 с.
8. **Теплова Т.В.** Инвестиционные рычаги максимизации стоимости компании. Практика российских предприятий. Москва: Вершина, 2006. 272 с.
9. **Яковлева Е.А.** Управление стоимостью предприятия в инновационном процессе: [Монография]. Санкт-Петербург. Изд-во СПбГПУ, 2008. 156 с.

10. **Фролова Л.В.** Управление вартістю підприємства. монографія. Кривий Ріг, 2015. 290 с.

11. **Волков Д.А.** Теория ценностно-ориентированного менеджмента: финансовый и бухгалтерский аспекты: [Монография]. Санкт - Петербург: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2008. 320 с.

References.

1. **Astrakhanseva I.A.** (2011). *Metodologiya nelineynogo dinamicheskogo upravleniya stoimost'yu kompanii* [Methodology of nonlinear dynamic management of company value]. Ivanovo: GOUVPO «Ivanovskiy gosudarstvennyy energeticheskiy universitet imeni V.I. Lenina», p. 172 [in Russian].

2. **Ivashkovskaya I.** (2009). *Modelirovaniye stoimosti kompanii* [Modeling the value of the company]. Moscow: Infra-M, p. 430 [in Russian].

3. **Ivashkovskaya I.V.** (2013). *Finansovyye izmereniya korporativnykh strategiy* [Financial dimensions of corporate strategies]. Moscow: INFRA-M, p. 319 [in Russian].

4. **Kudina M.V.** (2010). *Teoriya stoimosti kompanii* [Theory of company value]. Moscow: ID «FORUM», INFRA-M, p. 368 [in Russian].

5. **Mendrul O.G.** (2002). *Upravlinnya vartistyu pidpriemstv* [Management of business events]. Kiev: KNEU, p. 272 [in Ukrainian].

6. **Mendrul O.G.** (2011). *Upravlinnya vartistyu pidpriemstva* [Office of the business administration]. Kiev: KNEU, p. 538 [in Ukrainian].

7. **Mnikh O.B.** (2009). *Marketingova kontseptsiya formuvannya vartosti mashinobudivnogo pidpriemstva: teoriya i praktika* [Marketing conception of formality of the machine-tool technology: theory and practice]. L'viv: Vidavnistvo Natsional'nogo universitetu «L'viv's'ka politehnika», p. 428 [in Ukrainian].

8. **Teplova T.V.** (2006). *Investitsionnyye rybachi maksimizatsii stoimosti kompanii* [Investment leverage to maximize company value]. Moscow: Vershina, p. 272 [in Russian].

9. **Yakovleva Ye.A.** (2008). *Upravleniye stoimost'yu predpriyatiya v innovatsionnom protsesse* [Management of enterprise value in the innovation process]. Saint-Petersburg: Izd-vo SPbGPU, p. 156 [in Russian].

10. **Frolova L.V.** (2015) *Upravlinnya vartistyu pidpriemstva* [Management of the business of the company]. Kriviy Rig, p. 290 [in Ukrainian].

11. **Volkov D.L.** (2008) *Teoriya tsennostno-oriyentirovannogo menedzhmenta: finansovyy i bukhgalterskiy aspekty* [The theory of value-oriented management: financial and accounting aspects]. Saint-Petersburg: Vysshaya shkola menedzhmenta SPbGU, p. 320 [in Russian].

Анотація.

Мельник О.В. Аналітичні моделі управлінського оцінювання фундаментальної вартості підприємств.

Метою даної статті є упорядкування аналітичних моделей управлінського оцінювання фундаментальної вартості підприємств. У ході роботи над статтею використано такі методи: наукового узагальнення – при систематизації існуючих методичних підходів до оцінювання вартості підприємств; системного аналізу та синтезу

— при упорядкуванні аналітичних моделей оцінювання фундаментальної вартості підприємств. Результатом проведеного дослідження є упорядкована сукупність аналітичних моделей, що дозволяють оцінювати вартість підприємства з точки зору його здатності формувати та забезпечувати зростання доданої вартості на вкладений капітал. Практична цінність отриманих результатів полягає у можливості використання представленого у статті аналітичного інструментарію у процесах формування управлінської бізнес-аналітики.

Ключові слова: фундаментальна вартість, додана вартість, економічний прибуток, дисконтований грошовий потік, аналітичні моделі вартості.

Аннотация.

Мельник О.В. Аналитические модели управленческого оценки фундаментальной стоимости предприятий.

Целью данной статьи является систематизация аналитических моделей управленческого оценивания фундаментальной стоимости предприятий. В ходе работы над статьей были использованы такие методы: научного обобщения - при систематизации существующих методических подходов к оценке стоимости предприятий; системного анализа и синтеза - при упорядочении аналитических моделей оценки фундаментальной стоимости предприятий. Результатом проведенного исследования является сгруппированная совокупность аналитических моделей, позволяющих оценивать стоимость предприятия с точки зрения его способности формировать и обеспечивать рост добавленной стоимости на вложенный капитал. Практическая ценность полученных результатов заключается в возможности использования представленного в статье аналитического инструментария в процессах формирования управленческой бизнес-аналитики.

Ключевые слова: фундаментальная стоимость, добавленная стоимость, экономическая прибыль, дисконтированный денежный поток, аналитические модели стоимости.

Abstract.

Melnyk O.V. Analytical models of management evaluation of the fundamental value of enterprises.

The purpose of this article is to streamline analytical models of managerial valuation of the fundamental value of enterprises. In the course of work on the article the following methods were used: scientific generalization — in the systematization of existing methodological approaches to the valuation of enterprises; system analysis and synthesis - in ordering analytical models of valuing the fundamental value of enterprises. The result of the study is an orderly set of analytical models that allow us to estimate the value of an enterprise in terms of its ability to form and provide value-added growth for invested capital. The practical value of the obtained results lies in the possibility of using the analytical toolkit presented in the article in the processes of management business analytics formation.

Key words: fundamental value, added value, economic profit, discounted cash flow, analytical models of value.

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КОМПАНІЙ-ІННОВАТОРІВ НА ОСНОВІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

*ПЕТРЕНКО Л.А., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ДВНЗ «КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. ГЕТЬМАНА»*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Не зважаючи на те, що лівова частина корпоративних наукових досліджень і розробок припадає на великі корпорації, нові інноваційні компанії також впроваджують значущі для розвитку галузей інновації. Хоча ці нові компанії часто бувають невеликими, їх стратегії розвитку можуть кардинально відрізнитися від стратегій тих невеликих компаній, що вже давно на ринку: щонайперше, нові компанії не обтяжені страхом втрати існуючих позицій – часто, їм попросту ще нічого втрачати – і, отже, з більшою ймовірністю впроваджують руйнівні інновації. Таким чином, ці компанії своїми радикальними інноваціями створюють основу для нових продуктів, технологій і ринків, на яких потім можуть розвиватись інші компанії. Власне, в створенні нових ринків і полягає їх надзвичайна місія. Відповідно, якщо інноваційна діяльність таких компаній стримується певним чином, це справляє негативний вплив на розвиток ринків і на загальні інноваційні та економічні показники економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Можливо, найбільш часто обговорюваним в наукових публікаціях бар'єром, що стримує розвиток компаній-інноваторів, є дефіцит фінансових ресурсів. Однак це проблема «на вході» інноваційного процесу породжує іншу проблему «на виході», а саме проблему захисту результатів інноваційної діяльності, їх комерціалізації і, врешті, окупності. Так, будучи фінансово обмеженими, такі компанії-інноватори вважають вартість реалізації стратегії інтелектуальної власності (ІВ) занадто високою. До того ж, новим компаніям може не вистачати масштабів діяльності і ресурсів для виробництва та комерціалізації інновацій власними силами. І, що надзвичайно важливо в юрисдикціях зі слабким режимом захисту прав інтелектуальної власності, функції контролю над додатковими активами (про концепцію контролю над активами Д. Тіса [12] мова піде нижче), необхідними для комерціалізації інновацій, також стають виключною прерогативою самих компаній. Тобто, якщо компанія не має достатніх ресурсів для такого контролю, то її потенційні доходи присвоюють інші гравці ринку.

Компанії-інноватори часто спеціалізуються на «виробництві знань», і для цих компаній інтелектуальна власність є надзвичайно важливою, оскільки більшість їх критично важливих активів – це саме знання. Відповідно, як відзначає А. Арора [2], таким компаніям потрібно використовувати інтелектуальну власність для підтвердження своїх компетенцій на ринку технологій. Крім того, як відзначає А. Арора [2], інтелектуальна власність є фактором, що посилює позиції нової компанії при пошуку і веденні переговорів з партнерами/інвесторами щодо перспективної комерціалізації інновації. Водночас, це може поліпшити доступ компаній-інноваторів до надзвичайно необхідних їм фінансових ресурсів.

Незважаючи на важливість нових компаній для інноваційного зростання економіки, на критичну важливість інтелектуальної власності для зазначених компаній-інноваторів для забезпечення окупності інновацій і на існуючі проблеми нових інноваційних компаній при розробці стратегій в області інтелектуальної власності, дана область в науці є мало досліджуваною.

Формулювання цілей статті. Цілі дослідження: проаналізувати існуючі стратегії розвитку нового інноваційного бізнесу на основі інтелектуальної власності, визначити фактори, що впливають на вибір тієї або іншої стратегії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відправною точкою для дослідження стратегій компаній-інноваторів є відповідь на питання щодо очікуваної віддачі від інновації та підходу до оцінки зазначеної віддачі.

Ресурсний підхід до управління бізнесом (Б. Вернерфельт [13]; Р. Румельт [10], Дж.Барні [4]) дозволяє оцінити інновацію як VRIN-ресурс (англ. *Valuable, Rare, Imperfectly Imitable and Non-substitutable*). Відповідно, компанія-інноватор отримує конкурентну перевагу від володіння або контролю над таким VRIN-ресурсом в широкому сенсі слова, яким де-факто можуть бути активи, можливості, організаційні процеси, характеристики компанії, інформація, знання. Наслідком володіння/контролю стає рента – наднормативні прибутки і, відповідно, компанія прагне захистити свою ренту, встановивши бар'єри і закріпивши на певний час свою монополію на VRIN-ресурс. Коли таким ресурсом є знання, то визнаними у світовій практиці бар'єрними механізмами їх закріплення є право інтелектуальної власності або режим секретності. Саме ці два механізми посилюють ринкову владу компанії і дозволяють їй отримувати ренту від своїх знансєвих ресурсів.

Дещо інший підхід в літературі по стратегії, основоположником якого є Д. Тіс [12], виходить з відповіді на питання: хто отримує прибуток від інновацій: генератор початкових ідей (автор, винахідник) або інші учасники? Об'єктивно, відповідь на це питання витікає з режиму захисту прав інтелектуальної власності в тій або іншій країні (або регіоні, приміром, ЄС). Сила режиму захисту прав інтелектуальної власності є екзогенним фактором, що матиме суттєвий (часто – визначальний) вплив на стратегію щодо захисту інновацій. Адже сила режиму захисту прав ІВ є ключовим аспектом для визначення того, чи зможе інноватор привласнювати віддачу (доходи) від своїх ідей. Сильний режим захисту прав ІВ фактично позбавляє можливих наслідувачів та імітаторів доступу до знань компанії-інноватора, надійно захищених патентом, авторським правом або комерційною таємницею. Тобто, інноватор майже впевнений, що протягом певного періоду часу його інновації будуть приносити йому доходи. Тут можливі дві основні стратегії: володіння суто знаннями або ж володіння / контроль над додатковими або критичними активами, останнє дозволяє максимізувати ренту.

Звичайно, навіть якщо інноватор не володіє додатковими активами, то можлива стратегія, слідуючи якій він буде успішним в якості спеціалізованої науково-дослідницької компанії. Можливо, стратегія зосередження на НДДКР, за умов сильного режиму захисту прав ІВ, є тимчасовою і, по-суті, стане частиною стратегії поступового накопичення досвіду та отримання доступу до необхідних додаткових активів. Такий доступ не означає обов'язково володіння активами – це може бути через укладання контракту або співпраця з постачальниками.

Але на практиці сильний режим зустрічається рідко. І у більшості випадків володіння виключно знаннями не забезпечить інноватору контролю над його винаходом (і над майбутніми доходами, відповідно). Однак, якщо комерціалізація зазначеного винаходу потребує використання певних спеціалізованих активів, не розповсюджених на ринку (наприклад, унікального виробничого обладнання), то способом контролю може бути саме володіння такими критично важливими спеціалізованими активами (що відповідають критеріям VRIN, згідно ресурсної теорії), що дозволить привласнювати їй одночасно максимізувати ренту від інновації.

Інновація може бути захищена різними правами інтелектуальної власності: як винахід – патентом, як ім'я і репутація – торгівельною маркою, як форма ринкового продукту – промисловим зразком і т.д.

В рамках набору механізмів захисту прав інтелектуальної власності патенти є найбільш вивченими. Економетричні дослідження з патентування в різних країнах і галузях промисловості показують (Б. Хол [7]), що існує значна гетерогенність схильності компаній до патентів. Зазначена «схильність до патентування» є не однаковою і має більш високий рівень в галузях з «дискретними» технологіями, де знання добре кодифіковані – таких як фармацевтика: чим глибша кодифікація знання в галузі, тим сильнішим буде, ступінь захисту патентом нового знання в даній галузі.

Не зважаючи на те, що стратегії патентного захисту є найбільш вивченими в літературі, про що свідчить масив публікацій, дані соціологічних опитувань на рівні компаній показують не тільки високу різницю в схильності до патентування між різними компаніями однієї галузей, а й те, що нові інноваційні компанії частіше покладаються на інші способи, альтернативні патентному захисту інновацій. Зокрема, як відзначають А. Арундель [3] та Б. Хол [7], компанії вважають секретність і використання такого бар'єру як час, необхідний потенційному конкурентові на копіювання і освоєння випуску подібної інноваційної продукції, найкращими формами захисту. Однак важливо відзначити, що фармацевтичні препарати та інші хімічні речовини є винятком, де патенти продовжуватимуть залишатись найбільш затребуваними інструментами забезпечення окупності НДДКР.

Описану вище невідповідність між, з одного боку, невизнанням патентів найкращою формою захисту інновації (дані соціології) та, з іншого боку, широким поширенням і дедалі зростанням патентного захисту на практиці (дані статистики) Б. Хол [7] назвав «патентним парадоксом». Тобто, патентування не вважається найкращою формою захисту інновації, однак потік заявок в патентні відомства зростає.

Крім патентування, до розповсюджених форм юридичного захисту ІВ також, зокрема, належать торгові марки і авторські права. Створення нової торгової марки покликане підвищити цінність інноваційних продуктів компанії для споживачів, а в перспективі і їх лояльність до інноваційного бренду. При цьому зацентруємо, що торгові марки і патенти являють собою два різних способи захисту та засоби присвоєння компанією ренти від інноваційного продукту.

Яким чином пов'язані між собою способи захисту на основі патенту та шляхом створення торгової марки: як альтернативні чи як взаємодоповнюючі? Існує обмежена кількість досліджень з цього приводу, що емпірично вивчають зв'язок між патентами і торговими знаками на рівні компаній. При цьому не вивчаються ефекти

доповнення / заміщення, а акценти досліджень зміщено в бік вивчення інвестиційної привабливості на основі цих відмінних інструментів захисту ІВ. Ряд авторів акцентують увагу на галузевих відмінностях стратегії альтернативного / взаємодоповнюючого використання. Так В. Міллот та П. Лерена [9] відзначають, що патенти і товарні знаки використовуються в якості взаємодоповнення – в біологічних науках (фармацевтичні продукти і медичні послуги), однак в якості альтернативи – в секторі ІКТ (комп'ютери, електронна і оптична продукція та електрообладнання). С. Грехем і Д. Сомая [11] використовують дані судових розглядів про патенти, авторські права і товарні знаки для вивчення, чи перекривається захист одних і тих же інновацій різними правами ІВ, і знаходять докази спільного застосування різних типів ІВ, які використовуються компаніями-розробниками програмного забезпечення. Даний ефект пояснюється ефектом масштабу і організаційною синергією: великі компанії мають необхідні структури і ресурси для управління правами ІВ, тому максимально широко використовують захист, не обґрунтовуючи це певною доцільністю.

Альтернативною захисту інновації шляхом реєстрації прав ІВ є відмова від формального захисту засобами ІВ – тобто, неформальний захист – тримання в секреті, секретність. Вибір між патентами і секретністю в якості альтернативних способів отримання вигод від інновації отримав найширший науковий розголос в літературі з мікроекономічної теорії. Д. Антон та Д. Йао [1], а також Д. Енкауа і Й. Лефулі [5] розглядають вибір між цими двома механізмами в залежності від сили патенту, вартості імітації та масштабності інновації. Спільною рисою в обох моделях є те, що права ІВ є своєрідними стимулами до розкриття інформації про інноваційну розробку і націлені саме на несуттєві інновації. Для незначної інновації, непов'язаної з проривною технологією, навіть відносно слабкий патент буде корисним: він перешкоджатиме імітації, оскільки вигоди від використання нових знань недостатні для виправдання можливих санкцій за порушення патенту. В той же час, радикальні інновації краще можуть бути захищені секретністю – у відповідь на велику проблему імітації та відтворення з боку конкурентів.

Тепер повернемося до проблеми вибору стратегії захисту інновації новими компаніями. Література про те, як максимізувати віддачу від інновацій, як правило, не обговорює позицію таких нещодавно створених компаній. Хоча нові компанії, як правило, також невеликі, їх найбільше відрізняють від інших інноваторів й традиційних

невеликих компаній такі ознаки: відсутність належних посад в організаційній структурі (відповідно, гнучкість зазначеної структури), нестача коштів, досвіду та репутації. У літературі зазначається, що для таких компаній-інноваторів ІВ відіграє більш важливу роль в порівнянні з давно існуючими компаніями. Згідно з концепцією Д. Тіса [12], здатність контролювати свої технологічні ноу-хау буде непропорційно більш важлива для нових інноваційних компаній, оскільки вони, як правило, не мають контролю над додатковими активами. Нова інноваційна компанія зазвичай (поки) не володіє відповідними (вузько)спеціалізованими додатковими активами. Патенти, якими володіє невелика технологічно орієнтована компанія, можуть бути її найбільш затребуваним активом.

В рамках концепції Д. Тіса [12], контроль технологічних ноу-хау пов'язаний з сильними режимами ІВ. Сила режиму ІВ визначається ефективністю правових механізмів захисту (патенти, товарні знаки) і природою технології, що визначає можливості для застосування режиму секретності. В обох випадках сила режиму ІВ вважається в значній мірі екзогенною для компаній. За умов сильного режиму ІВ в країні, інноваційна компанія може уникнути витрат на створення або придбання прав власності на необхідні додаткові активи: ІВ сама по собі забезпечить надійну можливість укласти контракти на використання таких активів, або співпрацювати з партнерами / інвесторами, здатними надати такі активи. Окрім надання допомоги новим компаніям в захисті своїх інновацій від імітації або в отриманні доступу до додаткових активів для комерціалізації своїх інновацій, сильні режими ІВ також полегшують ліцензування або продаж ноу-хау, захищеного ІВ, а також сприяють функціонуванню компанії з меншими операційними витратами при роботі на ринку технології. Таким чином, більш сильна система ІВ полегшує діяльність невеликих компаній, що спеціалізуються на технологічних ноу-хау. В якості прикладу можна привести відомий факт, що політика США стосовно патентів у вісімдесятих роках минулого століття сприяла збільшенню числа спеціалізованих технологічних компаній, що займалися розробкою напівпровідників. Це також стосувалось спеціалізованих біотехнологічних компаній.

Крім визначення важливості ІВ для нових компаній-інноваторів, тримає наукова дискусія щодо того, які режими захисту ІВ для нових компаній працюватимуть краще, забезпечуючи більш строгий контроль над технологічним ноу-хау. Так моделі, обговорювані вище, припускають, що нові компанії в тій мірі, в якій вони з більшою

ймовірністю будуть впроваджувати важливі радикальні інновації, матимуть більш сильну перевагу від дотримання режиму секретності в порівнянні з патентами.

Створення портфеля з об'єктів прав ІВ може бути «дорогою стратегією»: для нових компаній, які зазнають труднощів з готівкою і стикаються з труднощами в отриманні доступу до зовнішнього фінансування; це може стати перешкодою для розробки ефективної стратегії в області ІВ. Висока вартість патентування є об'єктивним фактом, що стримує процеси патентування. Говорячи про вартість патентування, ми маємо на увазі всі складові стратегії патентного захисту. Компанія повинна не тільки покривати прямі грошові витрати, пов'язані з процесом подачі заявки, але вона також повинна стежити за ринком на предмет потенційних порушень і вживати юридичні дії в разі необхідності. Хоча в Європі витрати на застосування особливо високі в порівнянні з США, в США витрати на правозастосування, пов'язані з ІВ, можуть бути значними.

Хоча в літературі чітко показана важливість ІВ для визначення того, яку цінність може отримати інноватор, і хоча в літературі вказується, як це може по-різному інтерпретуватись щодо нових інноваційних компаній, на диво мало емпіричного аналізу конкретних стратегій в області ІВ нових інноваційних компаній.

У публікаціях, що зосереджують увагу на аналізі нових інноваційних компаній, зазвичай розглядається ймовірність їх появи, їх інноваційна ефективність, зростання після виходу на ринок і характер впроваджуваних ними інновацій. Ця література в цілому підтверджує, що такі компанії-інноватори, швидше за все, будуть впроваджувати радикальні інновації. Порівняно менш дослідженим залишається питання стратегій ІВ, які використовуються цими такими компаніями-інноваторами.

Емпірична література надає депо розрізнені дані про критичність використання патентів для компаній на початковому етапі їх існування. Патентні дослідження Берклі 2008 року по 1332 високотехнологічним стартапам, заснованим в США з 1998 року, надають цікаві докази патентування стартапів (С.Грехем [6]). Першим висновком за результатами дослідження є різна схильність до патентування для стартапів в різних галузях. У той час, як для біотехнологічних стартапів патентування є важливою частиною корпоративної стратегії, компанії, що займаються розробкою програмного забезпечення, намагаються уникнути патентування. Найважливіша причина, як відзначає С. Грехем [6], згідно якої стартапи

не патентують, – це вартість, що підтверджує припущення щодо фінансових обмежень для нових компаній. Проте, біотехнологічні компанії оцінюють побоювання щодо розкриття інформації, що міститься в патентній публікації (з точки зору її використання імітатором-конкурентом), як більшу перешкоду до патентування, ніж витрати. Це нагадує про важливість секретності для радикальних інновацій біотехнологічних компаній. Також відзначається, що стартапи цінують ефект репутації як наслідок володіння патентом, що допомагає їм при складанні угод з іншими компаніями або інвесторами. Зокрема, було вивчено останні дослідження щодо фінансового ефекту від патентування для стартапів. Підтверджується, що патенти діють як «сигнал» професіоналізму та інноваційності, дозволяючи збільшити і прискорити фінансування венчурного капіталу.

Наявні докази підтверджують критичну і особливу важливість ІВ. Проте, велика частина цих доказів стосується патентів і стартапів. Менше відомо про те, які інші типи стратегій в області ІВ нові компанії можуть використовувати після початкової стадії свого розвитку. Проте, є деякі емпіричні дані, які вказують на використання різних режимів ІВ для малих компаній-інноваторів. А.Арундель [3], використовуючи опитування Євростату з інновацій в співтоваристві для шести країн ЄС, виявив, що схильність до патентів зростає зі збільшенням розміру при інших рівних умовах. Розглядаючи різні режими ІВ, з'ясовується, що компанії систематично розглядають терміни і секретність як більш важливі способи захисту своїх ІВ, ніж патенти. Малі компанії вважають секретність навіть більш важливою, ніж великі компанії. А. Лейпонен [8], використовуючи спеціальне дослідження за матеріалами 936 фінських МСП, також виявляє, що невеликі компанії вважають неформальні засоби захисту, такі як швидкість виходу на ринок або секретність, більш важливими, ніж патентування. Тільки спеціалізовані дослідницькі МСП вважають патенти найбільш важливим шляхом присвоєння прибутку від інновацій у своїй галузі. Також Б. Хол і ін. [7], використовуючи дані по Великобританії, виявили, що віддання переваги неформальному захисту над формальним зменшується зі збільшенням розміру компанії.

Всі ці свідчення підтверджують, що секретність важливіша для невеликих компаній. Хоча нові компанії, як правило, також будуть невеликими і стикаються з такими ж бар'єрами, як і дрібні інноватори, пов'язані з меншими критичними масштабами і фінансовими бар'єрами, вони також стикаються з конкретними бар'єрами, пов'язаними з їх молодістю, як-то відсутність репутації і досвіду. У той

же час нові компанії менш обтяжені захистом існуючих позицій, що підвищує ймовірність того, що вони будуть впроваджувати радикальні, а не поступові інновації, для яких можуть знадобитися різні стратегії в області ІВ.

Висновки. Таким чином, за результатами аналізу встановлено, що більш висока ймовірність того, що компанії-інноватори використовують стратегії в області ІВ, в найбільшій мірі стосується тих компаній, які спеціалізуються на створенні знань. При цьому нові високоінноваційні компанії частіше вибирають як формальні, так і неформальні механізми захисту одночасно, а саме секретність в поєднанні з формальним захистом прав ІВ. Дана стратегія є особливо актуальною для компаній-інноваторів, які впроваджують радикальні інновації, нові для ринку.

Розглядаючи різні режими охорони ІВ, підтверджено, що нові інноваційні компанії особливо схильні поєднувати як формальні, так і неформальні механізми ІВ. Нові компанії з значущими для ринку інноваціями значно частіше доповнюють формальну охорону ІВ секретністю. Таке використання секретності підтримується емпіричними моделями, але не як альтернатива формальному захисту, а як доповнення.

Напрямами подальших досліджень цього питання може стати емпірична перевірка на рівні компанії, чи використовуються різні способи захисту ІВ для різних типів винаходів компанії, тобто для більш і менш радикальних інновацій. Це дозволило б з'ясувати, який механізм ІВ найбільш підходить для будь-якого конкретного винаходу, особливо порівнюючи більш ризиковані, радикальні винаходи з менш значущими винаходами.

Взаємодоповнюваність між різними формами захисту ІВ також потребує подальшого аналізу. Крім оцінки взаємодоповнюваності між режимами ІВ при спільному використанні, цей аналіз слід поширити на аналіз продуктивності, а саме – на перевірку того, чи доцільне в цьому контексті спільне використання декількох механізмів захисту ІВ, а також – які конкретні комбінації дозволяють досягти максимізації доходів від інновації.

Література.

1. **Anton J.J., & Yao D.A.** (2004). Little patents and big secrets: managing intellectual property. *Rand Journal of Economics*, 35, pp. 1-22.
2. **Arora A., Fosfuri A., & Gambardella A.** (2001). *Markets for Technology: The Economics of Innovation and Corporate Strategy*. Cambridge, MA: MIT Press.

3. **Arundel A.** (2001). The relative effectiveness of patents and secrecy for appropriation. *Research Policy*, 30 (4), pp. 611-624.
4. **Barney J.** (1991). Firm Resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), pp. 99-120.
5. **Encaoua D., & Lefouili Y.** (2005). Choosing Intellectual Protection: Imitation, Patent Strength and licensing Agreement. *Annales d'Economie et de Statistique*, 79-80, pp. 241-271.
6. **Graham S.J.H., Merges R., Samuelson P., & Sichelman T.** (2010). High Technology Entrepreneurs and the Patent System: Results of the 2008 Berkeley Patent Survey. *Berkeley Technology Law Journal*, 24(4), pp. 1255-1328.
7. **Hall B.H., Helmers C., Rogers M., & Sena V.** (2013). The importance (or not) of patents to UK firms. *Oxford Economic Papers*, *Oxford University Press*, vol. 65(3), pp. 603-629.
8. **Leiponen A., & Byma J.** (2009). If you cannot block, you better run: Small firms, cooperative innovation, and appropriation strategies. *Research Policy*, 38, pp. 1478-1488.
9. **Millot V., & Llerena P.** (2012). Are trademarks and patents complementary or substitute protection for innovation. *Paper presented at the DRUID conference, Copenhagen, Denmark.*
10. **Rumelt R.P.** (1987). Theory, strategy and entrepreneurship. D.J. Teece (Ed.). *The Competitive Challenge, Strategies for Industrial Innovation and Renewal*. Ballinger Publishing Company: Cambridge, pp. 137-159.
11. **Somaya D., & Graham S.** (2006). Vermeers and Rembrandts in the same attic: Complementarity between copyrights and trademarks leveraging strategies in Software. *Georgia Institute of Technology TIGER Working Paper*.
12. **Teece D.J.** (1986). Profiting from Technological Innovation: Implications for Integration, Collaboration, Licensing, and Public Policy. *Research Policy*, (6), pp. 285-305.
13. **Wernerfelt B.** (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5, 2, pp. 171-180.

References.

1. **Anton J.J., & Yao D.A.** (2004). Little patents and big secrets: managing intellectual property. *Rand Journal of Economics*, 35, pp. 1-22.
2. **Arora A., Fosfuri A., & Gambardella A.** (2001). *Markets for Technology: The Economics of Innovation and Corporate Strategy*. Cambridge, MA: MIT Press.
3. **Arundel A.** (2001). The relative effectiveness of patents and secrecy for appropriation. *Research Policy*, 30 (4), pp. 611-624.
4. **Barney J.** (1991). Firm Resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), pp. 99-120.
5. **Encaoua D., & Lefouili Y.** (2005). Choosing Intellectual Protection: Imitation, Patent Strength and licensing Agreement. *Annales d'Economie et de Statistique*, 79-80, pp. 241-271.

6. **Graham S.J.H., Merges R., Samuelson P., & Sichelman T.** (2010). High Technology Entrepreneurs and the Patent System: Results of the 2008 Berkeley Patent Survey. *Berkeley Technology Law Journal*, 24(4), pp. 1255-1328.
7. **Hall B.H., Helmers C., Rogers M., & Sena V.** (2013). The importance (or not) of patents to UK firms. *Oxford Economic Papers*, Oxford University Press, vol. 65(3), pp. 603-629.
8. **Leiponen A., & Byma J.** (2009). If you cannot block, you better run: Small firms, cooperative innovation, and appropriation strategies. *Research Policy*, 38, pp. 1478-1488.
9. **Millot V., & Llerena P.** (2012). Are trademarks and patents complementary or substitute protection for innovation. *Paper presented at the DRUID conference, Copenhagen, Denmark*.
10. **Rumelt R.P.** (1987). Theory, strategy and entrepreneurship. D.J. Teece (Ed.). *The Competitive Challenge, Strategies for Industrial Innovation and Renewal*. Ballinger Publishing Company: Cambridge, pp. 137-159.
11. **Somaya D., & Graham S.** (2006). Vermeers and Rembrandts in the same attic: Complementarity between copyrights and trademarks leveraging strategies in Software. *Georgia Institute of Technology TIGER Working Paper*.
12. **Teece D.J.** (1986). Profiting from Technological Innovation: Implications for Integration, Collaboration, Licensing, and Public Policy. *Research Policy*, (6), pp. 285-305.
13. **Wernerfelt B.** (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5, 2, pp. 171-180.

Анотація.

Петренко А.А. Стратегії розвитку компаній-інноваторів на основі інтелектуальної власності.

В статті розглянуто особливості стратегій розвитку компаній-інноваторів на основі формальних та неформальних механізмів, що створюють бар'єри для імітації інновацій конкурентами. Визначено мету, яка полягає в аналізі умов та визначенні факторів, що впливають на вибір стратегії розвитку нового інноваційного бізнесу на основі інтелектуальної власності.

Методи дослідження. Аналіз даних фундаментальних та прикладних досліджень, що вивчають використання суб'єктами господарювання різних механізмів захисту ренти інноватора. Ресурсний підхід до управління бізнесом (Б. Вернерфельт, Р. Румельт, Дж.Барні), що дозволяє оцінити інновацію як VRIN-ресурс, а також проєкція концепції Д.Тіса на управління інноваціями в контексті двох основних стратегій: володіння суто знаннями або ж володіння / контроль над додатковими або критичними активами.

Результати дослідження. Визначено, що для незначної інновації, непов'язаної з проривною технологією, навіть відносно слабкий патент буде корисним: він перешкодитиме імітації, оскільки вигоди від використання нових знань недостатні для виправдання можливих санкцій за порушення патенту. В той же час, радикальні інновації краще можуть бути захищені секретністю — у відповідь на велику проблему імітації та відтворення з боку конкурентів. Крім того, для молодих компаній-інноваторів ІВ відіграє

більш важливу роль в порівнянні з давно існуючими компаніями. Підтверджується, що патенти діють як «сигнал» професіоналізму та інноваційності, дозволяючи збільшити і прискорити фінансування венчурного капіталу. Разом з тим невеликі компанії вважають неформальні засоби захисту, такі як швидкість виходу на ринок або секретність, більш важливими, ніж патентування. Молоді інноваційні компанії особливо схильні поєднувати як формальні, так і неформальні механізми ІВ.

Наукова новизна в дослідженні полягає у формуванні теоретичних узагальнень щодо залежності стратегії захисту від ступеню радикальності інновації, а також від стадії життєвого циклу компанії-інноватора. Практична значущість дослідження дозволить обґрунтовано обирати стратегії неформального захисту інновацій, що, в свою чергу, дозволить оптимізувати витрати на реалізацію стратегій, пов'язаних формальним з захистом ІВ. Перспективи подальших досліджень полягають у емпіричній перевірці на рівні компанії, чи використовуються різні способи захисту ІВ для різних типів винаходів компанії, тобто для більш і менш радикальних інновацій.

Ключові слова: інновації, патенти, секретність, рента інноватора.

Аннотация.

Петренко А.А. Стратегии развития компаний-инноваторов на основе интеллектуальной собственности.

В статье рассмотрены особенности стратегий развития компаний-инноваторов на основе формальных и неформальных механизмов, создающих барьеры для имитации инноваций конкурентами. Определены цели, которая заключается в анализе условий и определении факторов, влияющих на выбор стратегии развития нового инновационного бизнеса на основе интеллектуальной собственности.

Методы исследования. Анализ данных фундаментальных и прикладных исследований, изучающих использования субъектами хозяйствования различных механизмов защиты ренты инноватора. Ресурсный подход к управлению бизнесом (Б. Вернерфельд, Р. Румельт, Дж.Барни), что позволяет оценить инновацию как VRIN-ресурс, а также проекция концепции Д.Тиса на управление инновациями в контексте двух основных стратегий: владение суверенными знаниями или владения / контроль над дополнительными или критическими активами.

Результаты исследования. Определено, что для небольшого инновации, связанной с прорывной технологией, даже относительно слабый патент будет полезным: он будет препятствовать имитации, поскольку выгоды от использования новых знаний недостаточны для оправдания возможных санкций за нарушение патента. В то же время, радикальные инновации лучше могут быть защищены секретностью — в ответ на большую проблему имитации и воспроизведения со стороны конкурентов. Кроме того, для молодых компаний-инноваторов ИС играет более важную роль по сравнению с давно существующими компаниями. Подтверждается, что патенты действуют как «сигнал» профессионализма и инновационности, позволяя увеличить и ускорить финансирование венчурного капитала. Вместе с тем небольшие компании считают неформальные средства защиты, такие как скорость выхода на рынок или секретность, более важными, чем патентования. Молодые инновационные компании особенно склонны сочетать как формальные, так и неформальные механизмы ИС.

Научная новизна в исследовании заключается в формировании теоретических обобщений по зависимости стратегии защиты от степени радикальности инновации, а также от стадии жизненного цикла компании-инноватора. Практическая значимость исследования позволит обоснованно выбирать стратегии неформальной защиты инноваций, что, в свою очередь, позволит оптимизировать затраты на реализацию стратегий, связанных формальным с защитой ИС. Перспективы дальнейших исследований заключаются в эмпирической проверке на уровне компании, используются различные способы защиты ИС для различных типов изобретений компании, то есть для более и менее радикальных инноваций.

Ключевые слова: инновации, патенты, секретность, рента инноватора.

Abstract.

Petrenko L.A. Intellectual Property-Based Innovation Development Strategies.

The article discusses the features of development strategies of innovative companies based on formal and informal mechanisms that create barriers for competitors to imitate innovations. Defined goal, is to analyze the conditions and determine the factors that influence the choice of a development strategy for a new innovative business based on intellectual property.

Research Methods. Analysis of fundamental and applied research data studying the use by business entities of various mechanisms for protecting the innovator's rent. Resource approach to business management (B. Wernerfelt, R. Rumelt, J. Barney), which allows you to evaluate innovation as a VRIN resource, as well as the projection of D. Tisse's concept on innovation management in the context of two main strategies: pure knowledge or ownership / control over additional or critical assets.

The results of the study. It has been determined that for a small innovation related to breakthrough technology, even a relatively weak patent will be useful: it will prevent imitation, since the benefits of using new knowledge are insufficient to justify possible penalties for patent infringement. At the same time, radical innovations can better be protected by secrecy - in response to the great challenge of imitation and reproduction by competitors. In addition, IP plays a more important role for young innovative companies compared to long-standing companies. It is confirmed that patents act as a "signal" of professionalism and innovation, allowing to increase and accelerate the financing of venture capital. However, small companies consider informal remedies, such as speed to market or secrecy, more important than patenting. Young innovative companies are particularly inclined to combine both formal and informal AI mechanisms.

The scientific novelty in the study consists in the formation of theoretical generalizations regarding the dependence of the defense strategy on the degree of radicalization of innovation, as well as on the life cycle stage of the innovator company. Practical significance of the research will make it possible to reasonably choose strategies for informal protection of innovations, which, in turn, will optimize the costs of implementing strategies related to formal protection of IP. Prospects for further research are empirical testing at the company level, using various IP protection methods for various types of company inventions, that is, for more or less radical innovations.

Key words: innovation, patents, secrecy, innovator rent.

ОСНОВНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АПК УКРАЇНИ

МАРЕНИЧ Т.Г., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,

КРУТЬКО М.А., К.Е.Н. ДОЦЕНТ,

БІРЧЕНКО Н.О., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,

*ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА*

Постановка проблеми у загальному вигляді. В сучасних умовах господарювання і розвитку національної економіки левову частку займає агропромисловий комплекс з усіма властивими йому соціально-важливими напрямками забезпечення нормального функціонування країни. Суспільно-корисними на міжнародному і національному рівнях є новітні розробки, що забезпечують екологічність сільськогосподарського виробництва по відношенню до навколишнього середовища та високу якість продукції галузі. Розбудова національної економіки – пріоритетне завдання сучасної стратегії розвитку України. Нарощення внутрішніх і зовнішніх потенціалів економіки має важливе значення для формування економічної та продовольчої безпеки. Виникає необхідність вивчення основних засад залучення інноваційно-інвестиційних проектів в стратегічно-важливі сектори економіки, найважливішим з яких є аграрний.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Визначення та аналіз теоретико-методологічного забезпечення розвитку основних засад інноваційно-інвестиційної діяльності в аграрному секторі сконцентровані в працях відомих вчених-економістів: О.Д. Гудзинського, П.М. Музики, П.Т. Саблука, П.І. Гайдуцького, М.В. Зубця, О.М. Полякова, А.С. Філіпченка, В.П. Савчука, М.І. Кисіля, М.С. Герасимчука, Ю.О. Бойка, Ю.О. Лупенка, М.М. Кропивка, В.В. Ковальова, М.Ю. Коденської, Г.П. Лайка, О.М. Могильного та ін. У дослідженнях зазначених вчених підкреслюється сучасність та перспективність проведення подібних досліджень в частині постійних змін та різноманітних віянь в дослідженні нанотехнологій, біоінженерії та інших історично і економічно важливих винаходів та розробок сучасності, які потенційно можуть бути корисними для АПК. Беззаперечного значення набуває встановлення перспективності сільськогосподарського виробництва як складової економіки країни для

виведення її на найвищий рівень функціонування з оптимальним набором показників фінансово-економічного та соціально-стратегічного розвитку.

Формулювання цілей статті. Основним завданням дослідження, що характеризує мету дослідження виступає встановлення базових засад інноваційно-інвестиційної діяльності в АПК України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Українським інститутом науково-технічної експертизи та інформації була підготовлена аналітична довідка про стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2018 р., в якій зазначено основні глобальні тренди технологічного розвитку за прогнозами світових консалтингових агентств. Результати наведено у вигляді короткого огляду аналізу глобальних технологічних трендів у світі та прогнозу застосування нових технологій на найближчі 5-10 років за сферами, що відповідають українським інноваційним пріоритетам. Аналіз здійснено на основі інформації міжнародних організацій, консалтингових і аналітичних агенцій, урядових прогнозів зарубіжних країн – IRENA, McKinsey, FAO, U.S. Agriculture's National Institute of Food and Agriculture, ASDReports, US National Intelligence Council, PwC, World Health Organization, EvaluateMedTech, UK Centre for Health Solutions, Medicaldesignbriefs, Allied Market Research, Bloomberg, SIPRI, Statista, Gartner, Grand View Research, Cisco, Clarivate Analytics, The World Economic Forum тощо. Результати аналізу стосуються стану та перспективності інновацій в енергетиці, транспорті, озброєнні, медицині, екології, інформаційно-комунікаційних технологіях та агропромисловому комплексі.

В Документі зазначено, що сучасне сільське господарство світу внаслідок еволюційного розвитку технологій перебуває на високотехнологічному етапі та орієнтовано на використання екологічно чистих природних ресурсів (сонце, морська вода), передових інноваційних технологій розумного, точного землеробства, зокрема генетичної модифікації, нанобіотехнологій, позаґрунтового вирощення рослин і вертикального землеробства (на основі гідро-, аква- та аеропоніки), а також складних технологічних систем супутникової навігації, роботів, безпілотних літальних апаратів/дронів, 3D-друку продуктів харчування, Інтернету речей, блокчейну тощо. Такі глобальні технології дозволять сільськогосподарським товаровиробникам бути більш прибутковими, ефективними, безпечними і екологічно чистими та націленими на:

- 1) підвищення ефективності управління та реалізації

сільськогосподарських процесів на всьому ланцюгу створення доданої вартості, зниження ризиків та обмеження уразливості внаслідок зовнішніх впливів (від поломки технічних засобів до негод, посухи, хвороб тощо);

2) формування сільськогосподарських екосистем, що включають інтегровані мережі, які об'єднують цифрові дані, отримані в режимі реального часу як із внутрішніх джерел (показання фермерських датчиків), і із зовнішніх (наданих іншими учасниками екосистеми) для прийняття ефективних управлінських рішень, а також об'єднують учасників екосистеми, щоб забезпечити ефективність ланцюга доданої вартості;

3) цифровізацію сільськогосподарської техніки з використанням сучасних технічних засобів – датчиків, сенсорних приладів, які є найбільшими генераторами даних [1].

На думку О.Б. Сливінської інноваційну діяльність варто розглядати як «... складний процес трансформації нових ідей та знань в об'єкт економічних відносин. Більших темпів набирає процес зміни технологічних укладів, який спрямований на орієнтацію «якості життя», застосування енергозберігаючих технологій, який характеризує зміни в інноваційному виробництві» [2; 5].

В дослідженні М.В. Костромського визначені основні фактори, які можуть призвести до погіршення інвестиційного клімату в аграрному секторі економіки. Серед найважливіших автор називає такі:

- зменшення припливу фінансових ресурсів у галузі комплексу (зменшення виручки від реалізації продукції), що пов'язане з погіршенням платоспроможності, а отже і зменшенням попиту населення на продукцію;

- додаткове зменшення доходів вітчизняних виробників через велику частину імпоротної продукції на внутрішньому ринку держави (звуження ринку збуту);

- проведення в короткий термін повної перебудови всієї системи бюджетних відносин, відмова від державної підтримки аграрної сфери економіки без компенсації фінансових втрат виробникам продукції;

- збереження монополізованої структури та торгівельного промислового сегменту аграрного сектору економіки та відсутність ринкових механізмів, які регулюють цінові взаємовідносини сільськогосподарських, переробних, торгово-закупівельних та ресурсовиробничих організацій, що призводить до зростання цінового диспаритету та погіршення фінансово-вартісних пропорцій міжгалузевого обміну (дисбаланс між доходами та витратами);

– незавершеність процесів земельної реформи та інституційних перетворень у сільському господарстві та в суміжних галузях аграрного сектору економіки [3].

Важливо, що саме перспективні плани можуть давати стимул для розбудови потенціалів національного сільськогосподарського виробництва з найефективнішим його застосуванням та виходом на міжнародні і національні ринки без зайвих втрат і зусиль. Якість сільськогосподарської продукції напряду залежить і від техніко-технологічного супроводу її вирощення, виготовлення та створення. Водночас негативним може стати факт скорочення потреби в праці людини за таких умов, але того вимагає прогрес, а скорочення людино-годин не завжди впливає на вартість і якість продукції та має важливе значення для соціально-економічного простору у віддалених сільських місцевостях, де єдиним матеріальним джерелом проживання виступає саме робота на підприємстві. Не стане роботи, з'явиться ризик втрати сільських мешканців за рахунок міграції до міста, за кордон та будь-які інші негативні наслідки, хоча значною мірою усе це спостерігаємо вже зараз.

У мінливому зовнішньому та внутрішньому середовищі багатоплановість та своєрідність агропромислового виробництва не можна розглядати як явище монотонне і стабільне, адже сьогодні відомо дуже багато чинників, які здатні впливати на перебіг всіх можливих процесів агробізнесу. На думку К.О. Соловчук, перш за все «складність агропромислового виробництва і його специфіка визначають своєрідність підходів і методів управління інноваційною діяльністю, сполучення різних типів інновацій, посилення ролі держави в стимулюванні інновацій. Варто підкреслити, що особливості сільськогосподарського виробництва характеризуються високим рівнем ризиків інноваційних процесів. Ризик фінансування науково-виробничих результатів, ризик часового розриву між витратами і результатами, невизначеність попиту на інноваційну продукцію не зацікавляють приватних інвесторів вкладати капітал у розвиток сільського господарства» [4, с. 131].

Доцільно окремо наголосити на трактування сутності інноваційної діяльності в аграрному секторі економіки, основний зміст якої полягає у розробці та запровадженні в аграрне виробництво прогресивних методів ведення господарства, в основі яких лежать методи ефективного виробництва продукції, застосуванні нового покоління техніки, використанні нової кадрової політики з врахуванням накопиченого наукового та інноваційного потенціалу [5].

Сільське господарство майже завжди було сировинним донором виробничих процесів у країні, зокрема в національній економіці. Розглядаючи основні показники розвитку аграрного сектора економіки, слід відзначити їх зростання у 2018 р. стосовно до 2014 р. та зниження порівняно з 2017 р. (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка основних показників розвитку
аграрного сектора економіки України за 2014-2018 рр.**

<i>Показник</i>	<i>Роки</i>					<i>Відхилення 2018 р. (+, -) до:</i>	
	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2014 р.</i>	<i>2017 р.</i>
Валова додана вартість сільського господарства, лісового та рибного господарства в загальному обсязі валової доданої вартості, %	11,7	14,2	13,8	12,1	11,9	0,2	-0,2
Основні засоби сільського господарства, лісового та рибного господарства в загальній їх кількості, %	1,3	2,7	3,3	4,4	4,2	2,9	-0,2
Кількість найманих працівників сільського господарства, лісового та рибного господарства в загальній їх кількості, %	9,6	9,9	10,2	9,8	9,3	-0,3	-0,5

Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України [6].

Дбаючи про розвиток агропромислового сектора, варто концентрувати зусилля на налагодженні інвестиційного клімату та створенні сприятливих умов для притоку фінансових ресурсів в АПК. Це можливо за рахунок урахування основних індикаторів при моніторингу фінансового потенціалу агропромислового комплексу (табл. 2).

Таблиця 2

Моніторинг фінансового потенціалу аграрного сектора

<i>Блок аналізу</i>	<i>Показники</i>	<i>Застосування</i>
Стан	Виробничий потенціал: - обсяг і структура доходів, заощаджень і фінансових активів підприємства; - залучені ресурси	Визначення фінансового потенціалу суб'єктів господарювання. Аналіз стану фінансових ресурсів підприємств аграрного сектора. Монетарні та немонетарні цілі
	Державний потенціал: - бюджетний; - податковий	Коригування існуючих форм і методів державного регулювання аграрної економіки
	Інвестиційний потенціал: - залучені інвестиції за видами та джерелами	Визначення інвестиційного потенціалу. Об'єктивна оцінка та залучення потенціалу
	Інфраструктурний потенціал: - кредити; - страхування; - інвестиції; - лізинг	Визначення стану: - фінансової інфраструктури; - кредитного, страхового та іншого потенціалу. Умови формування конкурентного ринкового середовища.
	Експортний потенціал: - сальдо експортно-імпорتنих операцій	Формування напрямів продовольчої інтеграції у світовий економічний та фінансовий простір
	Ощадний потенціал: - заощадження населення	Визначення рівня сільського життя
Ефективність	Аналіз фінансових потоків; превентивна оцінка збитковості; аналіз інтенсивності грошових потоків; оцінка бюджетної спроможності; оцінка податкової спроможності; оцінка кредитної спроможності; аналіз залучення інвестицій; аналіз експорту; аналіз заощаджень	Визначення оптимальних величин фінансового потенціалу: - динаміки зростання обсягів кредитування, страхування, інвестування; - зростання доходів учасників продовольчого ланцюга; - оцінки взаємозв'язку потенціалу та факторів, які формують його механізм
Тенденції розвитку	Оцінка обґрунтованості проєктів і стратегій розвитку галузі; фінансове забезпечення продовольчої безпеки	Планування виробничої, ринкової та споживчої поведінки. Формування інформаційного середовища розвитку. Макроекономічне регулювання галузі у складі економіки країни

Джерело: складено на основі [7].

Підтримка держави в напрямку нарощення інвестиційно-інноваційного забезпечення аграрного сектора має передбачати не тільки виділення бюджетних коштів. Обов'язковими мають стати програми соціально-роз'яснювального характеру, визначеного в законодавчому порядку стимулювання учасників таких програм, створення сприятливого для інвестування середовища. В сучасних умовах інноваційна політика державної підтримки повинна бути спрямована на створення економічних, правових, організаційних основ для розвитку інноваційної діяльності в галузях економіки, забезпечення ефективного використання результатів науково-технічного прогресу, підвищення конкурентоспроможності продукції, вирішення завдань соціально-економічного розвитку, отримання ефекту від запровадження зазначених важелів [8].

Важливе значення для стимулювання всебічного розвитку новітніх розробок має бюджетне фінансування інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій за стратегічними пріоритетами. Так у 2018 р. обсяги грошової підтримки двох розпорядників з трьох становили сумарно 95,6 % і були розмежовані в рамках науково-технічної роботи НААН України (51,1 %) та МОН України (44,5 %). При цьому порівняно з 2017 р. частка фінансування МОН зросла майже на 10 %, тоді як частка НААН зменшилася на 6,2 %, частка Мінприроди – на 0,6 %. Варто зазначити, що витрати на інноваційну діяльність було спрямовано за п'ятьма її видами (у 2017 р. – за трьома), з яких найбільшу частку – на вид інноваційної діяльності «Інше» (269876,83 тис. грн або 92,6% від загального обсягу витрат), який включає переважно виконання НДДКР на замовлення підприємств/організацій. При цьому порівняно з 2017 р. відбулося номінальне збільшення на 13,7 % обсягів фінансування зазначеного виду діяльності [1]. Пріоритетними цілями державного забезпечення інноваційної діяльності мають бути загальносвітові тенденції науково-технічних розробок, які максимально носять характер екологічності та наносупроводу.

Висновки. Отже, проблеми інноваційно-інвестиційного забезпечення розвитку АПК України потребують негайного вирішення через налагодження дієвих механізмів інноваційно-інвестиційної діяльності з урахуванням світового досвіду такої діяльності, основних індикаторів моніторингу фінансового потенціалу аграрного сектора, струмуючих факторів притоку інвестицій в агробізнес, рівня державної підтримки та ін.

Література.

1. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2018 р.: аналітична довідка. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/innovatsii-transfer-tehnologiy/2019/07/03/stan-innov-diyaln-2018f.pdf>. (дата звернення: 18.11.2019).
2. **Сливінська О.Б.** Сутність інноваційно-інвестиційного розвитку зерновиробництва. *Електронне наукове фахове видання. Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 23. С. 122-126.
3. **Костромський М.В.** Механізм формування інноваційно-інвестиційної політики в аграрній сфері економіки. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*. 2013. № 11.
4. **Соловчук К.О.** Перспективи розвитку інноваційно-інвестиційних процесів в аграрній сфері. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 1. С. 130-137.
5. **Полегенька М.А.** Особливості інноваційної діяльності в агропромислових підприємствах України. *Агросвіт*. 2017. № 6. С. 49-54.
6. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 12.11.2019).
7. **Радченко О.Д.** Фінансовий потенціал сталого розвитку аграрного сектора. *Економіка АПК*. 2019. № 1. С. 27-38.
8. **Кіптіоро І.М.** Удосконалення державної підтримки розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності у сільському господарстві. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. Вип. № 7. Ч. 3. С. 44-47.

References.

1. Stan innovatsiinoi diialnosti ta diialnosti u sferi transferu tekhnolohii v Ukraini u 2018 r.: analitychna dovidka. [State of innovation and technology transfer activities in Ukraine in 2018: analytical report]. *mon.gov.ua*. Retrieved from: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/innovatsii-transfer-tehnologiy/2019/07/03/stan-innov-diyaln-2018f.pdf> [in Ukrainian].
2. **Slyvinska O.B.** (2018). Sutnist innovatsiino-investytsiinooho rozvytku zernovyrobnystva. [The essence of innovation and investment development of grain production]. *Elektronne naukovе fakhove vydannia. Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky – Electronic scientific professional publication. Global and national problems of economy*, no. 23, pp. 122-126 [in Ukrainian].
3. **Kostromskyi M.V.** (2013). Mekhanizm formuvannia innovatsiino-investytsiinoi polityky v ahrarnii sferi ekonomiky [Mechanism of formation of innovation-investment policy in agrarian sphere of economy]. *Elektronnyi zhurnal «Efektivna ekonomika» – Electronic journal «Effective Economics»*, no. 11 [in Ukrainian].
4. **Solovchuk K.O.** (2015). Perspektyvy rozvytku innovatsiino-investytsiinykh protsesiv v ahrarnii sferi [Prospects for the development of innovation and investment processes in the agricultural sector]. *Aktualni problemy ekonomiky – Current problems of the economy*, no. 1, pp. 130-137 [in Ukrainian].
5. **Polechenka M.A.** (2017). Osoblyvosti innovatsiinoi diialnosti v ahropromyslovykh pidpriemstvakh Ukrainy [Peculiarities of innovation activity in agro-industrial enterprises of Ukraine]. *Агросвіт – Agro-world*, no. 6, pp. 49-54 [in Ukrainian].

6. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. *www.ukrstat.gov.ua*. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].

7. **Radchenko O.D.** (2019). Finansovyi potentsial staloho rozvytku ahrarynoho sektora [Financial potential for sustainable development of the agricultural sector]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, no. 1, pp. 27-38 [in Ukrainian].

8. **Kipioro I.M.** (2014). Udoskonalennia derzhavnoi pidtrymky rozvytku investytsiino-innovatsiinoi diialnosti u silskomu hospodarstvi [Improvement of state support for the development of investment and innovation activities in agriculture]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu – Scientific Bulletin of Kherson State University*, no. 7, part 3, pp. 44-47 [in Ukrainian].

Анотація.

Маренич Т.Г., Крутько М.А., Бірченко Н.О. Основні засади інноваційно-інвестиційної діяльності в АПК України.

В статті досліджено базові засади розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності в АПК України. Визначено, що за даними світових консалтингових агентств сучасне сільське господарство світу перебуває на високотехнологічному етапі та орієнтовано на використання глобальних технологій. Наведено основні фактори, які можуть призвести до погіршення інвестиційного клімату в аграрному секторі економіки України. Зроблено висновок, що якісна система стратегічного планування інноваційно-інвестиційної діяльності може забезпечувати стимулювання потенціалів національного сільськогосподарського виробництва з найефективнішим його застосуванням та виходом на міжнародні і національні ринки без зайвих втрат і зусиль. Узагальнено складові моніторингу фінансового потенціалу аграрного сектору.

Ключові слова: інноваційно-інвестиційна діяльність, інвестиційний клімат, агропромисловий комплекс, розвиток.

Аннотация.

Маренич Т.Г., Крутько М.А., Бирченко Н.А. Основные положения инновационно-инвестиционной деятельности в АПК Украины.

В статье исследованы базовые принципы развития инновационно-инвестиционной деятельности в АПК Украины. Определено, что по данным мировых консалтинговых агентств современное сельское хозяйство мира находится на высокотехнологичном этапе и ориентировано на использование глобальных технологий. Приведены основные факторы, которые могут привести к ухудшению инвестиционного климата в аграрном секторе экономики Украины. Сделан вывод, что качественная система стратегического планирования инновационно-инвестиционной деятельности может обеспечивать стимулирование потенциалов национального сельскохозяйственного производства с наиболее эффективным его применением и выходом на международные и национальные рынки без лишних потерь и усилий. Обобщены составляющие мониторинга финансового потенциала аграрного сектора.

Ключевые слова: инновационно-инвестиционная деятельность, инвестиционный климат, агропромышленный комплекс, развитие.

Abstract.

Marenych T., Krutko M., Birchenko N. Main fundamentals of innovation and investment activities in AIC of Ukraine.

The article explores the basic principles of the development of innovation and investment in the agricultural sector of Ukraine. It is determined that, according to world consulting agencies, modern agriculture in the world is at a high-tech stage and is focused on the use of global technologies. The main factors that can lead to a deterioration of the investment climate in the agricultural sector of Ukraine are given. It is concluded that a high-quality system of strategic planning of innovation and investment activity can provide stimulation of the potentials of national agricultural production with its most effective application and access to international and national markets without unnecessary losses and efforts. The components of monitoring the financial potential of the agricultural sector are summarized.

Key words: *innovation and investment activity, investment climate, agroindustrial complex, development.*

УДК: 338.431.2

АГРОМАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ: АСПЕКТИ РОЗВИТКУ

КВЯТКО Т.М., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,

ВІТКОВСЬКИЙ Ю.П., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. За сучасних умов економічного розвитку практично всі сектори національної економіки перебувають у стані кризи, особливо складна ситуація в галузі сільського господарства. Недоступність кредитів, наявність функціонування корупційних схем, незахищеність вітчизняних агровиробників з боку держави, обтяжлива регуляторна політика та інші проблемні аспекти розвитку агробізнесу не забезпечують надійної основи для створення стабільної ситуації в аграрній галузі. Тому для ефективного планування та управління аграрним бізнесом в умовах жорсткої конкуренції, особливо з боку іноземних товаровиробників, а також беручи до уваги швидкозмінні кліматичні умови та якісний склад земель, аграрії все частіше застосовують елементи маркетингу в своїй господарській діяльності. Сьогодні першочерговими є ті питання, які практично не порушувалися в умовах централізованої системи державних закупівель аграрної продукції, планової системи розподілу ресурсів. У зв'язку з цим, вивчення змісту, сутності та особливостей агромаркетингу є однією з основних складових частин ринкових досліджень, адже це в подальшому створює надійну основу для розробки ефективної стратегії діяльності аграрних підприємств, а як

наслідок, досягнення високого рівня прибутку від здійснення діяльності на певному сегменті цільового ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розвитку агромаркетингу та його особливостей впливу на аграрний бізнес присвячені численні дослідження як зарубіжних, так і вітчизняних вчених-економістів. Так, наприклад, вивчаючи теоретичні аспекти маркетингу Дж.Н. Девісом і Рой А. Голдбергом було вперше запропоновано категорію «маркетинг агробізнесу», яку науковці розглядали, як механізм що включає маркетингові операції від виробника сільськогосподарської продукції до споживача кінцевого продукту за участю посередників [1]. У подальшому Р.Л. Колзом та Дж.Н. Юлом в економічну науку було введено категорію «агромаркетинг». Дослідженнями у даній області також займалися Р.Е. Бренсон, Д.Г. Норвел та інші.

У вітчизняній економічній науці вивченням проблем агромаркетингу займалися Андрощук І.М., Балановська Т.І., Дудар Т.Г., Ільченко Т.В., Козуб Н., Островський П.І., Писаренко В.В., Сорока Л., Фоменко Л., Якубовська Н.В. та інші. Однак, вченими так і не було досягнуто єдності у питаннях категоріального апарату, методики оцінювання ефективності впливу агромаркетингу на діяльність суб'єкта економічних відносин. Наявність цих та інших питань, що не знайшли належного висвітлення на теоретичному рівні актуалізує продовження досліджень у даному напрямку.

Формулювання цілей статті. Метою даної публікації є систематизація наукових поглядів на сутність категорії «агромаркетинг», визначення особливостей агромаркетингу, а також розробка пропозицій щодо створення відділу маркетингу в структурі дрібних підприємств-виробників аграрної продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. У розвинених країнах світу ще на початку ХІХ ст. маркетинг почали розглядати як одну з основних складових управлінського процесу не лише в сфері торгівлі, а й у сфері виробництва (в тому числі й у сфері виробництва аграрної продукції). В Україні маркетингом фахівці та науковці почали цікавитися лише на початку 90-х рр. ХХ ст. (особливості впливу агромаркетингу та ефективність його застосування на практиці в цей період взагалі не розглядалися), що було обумовлено потребами здійснення господарської діяльності в якісно нових умовах. При цьому ринкові трансформації стали основним каталізатором як на теоретичному, так і на практичному рівні досліджень за даними питаннями. У сучасній економічній науці існують різні трактування категорії агромаркетинг (табл. 1).

Таблиця 1

Генезис наукового тлумачення категорії «агромаркетинг»

<i>Автор</i>	<i>Тлумачення категорії</i>
Бренсон Р.Е., Норвел Д.Г.	це вся активність, пов'язана з сільськогосподарським виробництвом: з харчовими продуктами, насінням, збиранням врожаю, переробкою і доставкою кінцевому споживачу, з аналізом споживчих потреб, мотивації покупок та поведінки споживачів [2]
Бурова О.М.	комплексна система заходів з планування, ціноутворення, розподілу та інформаційно-рекламного забезпечення товарів та послуг, що реалізуються на ринку спрямована на максимальне задоволення попиту і визначення характеру виробничо-економічних взаємозв'язків структурних підрозділів АПК з метою підвищення ефективності виробництва [3]
Дудар Т.Г.	система сільськогосподарського виробництва розгалуженої мережі каналів розподілу, посередників та інших ринкових агентів, які здійснюють виробництво, розподіл і обмін з метою забезпечення національного споживання продовольства [4]
Ільченко Т.В.	процес організації та управління виробництвом сільгосппродукції з метою задоволення потреб споживачів [5]
Козуб Н.	цілісне явище соціально-економічної природи, сучасний зміст якого відображає еволюцію ринку аграрної продукції та товарів її промислової переробки, послідовно поєднує процеси ринкових досліджень, аграрного виробництва та переробки його продукції, товарообіг, формування попиту і стимулювання збуту [6]
Островський П.І.	комплекс економічних відносин, які виникають під час взаємодії підприємницьких структур, що сприяють поєднанню процесів виробництва аграрної продукції її переробки, зберігання, транспортування і доведення до споживача [7]
Писаренко В.В.	система організаційно-технічних, фінансових і комерційних функцій підприємств, спрямованих на якнайповніше і швидке задоволення попиту на сільськогосподарські продукти і продовольство [8]
Сорока А.	виконання всіх видів підприємницької діяльності, спрямованих на вільне просування аграрних товарів до споживача і виконання завдань фермерських господарств та інших підприємств на селі [9]
Фоменко А.	комплекс економічних відносин, який обслуговує процеси виробництва сільськогосподарської продукції, її переробку, зберігання, транспортування і доведення до споживачів на основі дослідження ринку і задоволення потреб споживачів у сільськогосподарській продукції з урахуванням особливостей аграрного виробництва та забезпечення ефективності і дохідності сільськогосподарських підприємств [10]
Ципкін Ю.А., Люкшинов А.Н.	система дій, пов'язана з вивченням потреб, можливостей виробництва і обміну з метою задоволення цих потреб з найменшими затратами ресурсів і найбільш повним споживчим ефектом [11]
Якубовська Н.В.	діяльність, що направлена на реалізацію концепції маркетингу на всіх етапах відтворення продукції сільського господарства з пріоритетом максимального застосування саморегулюючого механізму ринку [12]

Проаналізувавши трактування категорії «агромакетинг» можна дійти висновку, що агромаркетинг – це багатостадійний процес, який направлений на організацію виробництва та доставки аграрної продукції від виробника до кінцевого споживача, обов'язково з врахуванням потреб усіх суб'єктів економічних відносин. Ми поділяємо погляди науковців щодо того, що агромаркетинг є більш глибоким та ширшим в порівнянні з поняттям «сільськогосподарський маркетинг», адже крім стадії переробки продукції він включає процес управління на стадії виробництва та реалізації сировини і продовольства на всіх етапах.

На основі аналізу категорії «агромакетинг» можна виділити такі його наступні принципи:

- врахування платоспроможності попиту, динаміки коливання ринкової кон'юнктури у прийнятті рішень;
- створення максимально можливих умов для швидкого пристосування виробництва до ринкових змін;
- активний вплив усіма доступними засобами на ринок та споживачів як цільових, так і потенційно можливих.

Наразі у нашій країні агромаркетинг тільки розвивається і більшість фахівців-практиків розуміє його як частину складової збуту, що є безумовно помилковим. Товаровиробники аграрної продукції, взагалі, не розглядають агромаркетинг як ефективний елемент розвитку свого бізнесу. Вони не мають можливості своєчасно переорієнтуватися та пристосовуватися до швидкозмінної ситуації на ринку, що в результаті негативно впливає на економічний розвиток аграрних підприємств [13].

Також негативно на формування та розвиток агромаркетингу в нашій країні впливає: нерозвиненість ринкової інфраструктури [14]; обмежена кількість кваліфікаційних працівників, які мають відповідний досвід роботи у даній сфері; недостатність фінансових ресурсів (у більшості підприємств-виробників аграрної продукції) для створення та подальшого фінансування маркетингових відділів; відсутність належної інформації про стан ринків аграрної продукції.

Зауважимо, що агромаркетинг є винятковим процесом та має свої особливості, а саме:

- специфічність аграрної продукції;
- сезонний характер виробництва;
- обмеженість природних ресурсів;
- висока залежність від природно-кліматичних умов;

- висока частка товарів-субститутів;
- частина аграрної сировини та продукти її переробки є товарами першої необхідності;
- забезпечення продовольчої та економічної безпеки країни.

До особливостей агромаркетингу, на нашу думку, слід також віднести і те, що певні види продукції аграрного виробництва мають короткий термін зберігання, а це змушує як виробників, так і посередницькі структури вживати заходи, які в максимально короткі терміни спроможні забезпечити реалізацію даної продукції (сировини) або створювати відповідну систему товароруку з належними умовами зберігання аграрної продукції.

У розвинених країнах світу служба маркетингу є однією з основних складових ефективного економічного розвитку будь-якого підприємства, в тому числі й аграрного [15]. В Україні ефективні маркетингові відділи в аграрній сфері спроможні створити агрохолдинги, агрофірми, великі сільськогосподарські підприємства, які займаються як і виробництвом, так і переробкою та реалізацією сільськогосподарської продукції через мережу спеціальних торгових точок. Маркетингові служби відіграють значну роль у прийнятті правильних управлінських рішень, адже спроможні надавати оперативну інформацію про ситуацію на відповідному сегменті цільового ринку. Як правило, витрати на формування відділу маркетингу відшкодовуються досить швидко. Так, наприклад, на підприємствах де є відділи маркетингу вартість реалізованої продукції в середньому на 500-700 грн/т вище в порівнянні з господарствами які не мають служб маркетингу. Однак не всі суб'єкти економічних відносин мають можливість та кошти для створення власних маркетингових відділів (через відносно високі витрати на його утримання. Так, наприклад, питома вага витрат на здійснення маркетингових досліджень може сягати близько половини вартості реалізованої продукції). У деяких випадках це робити, взагалі, недоцільно. На нашу думку, в такій ситуації необхідно створювати маркетингову службу на районному рівні. При цьому агропромисловий комплекс району повинен функціонувати як єдиний злагоджений механізм. Створення такої служби є дуже важливим для фермерських господарств, які не мають можливостей для аналізу цільового ринку, налагоджування зв'язків з більш крупними підприємствами, рекламування своєї продукції і т.д. Адже питання просування продукції на цільові сегменти аграрного ринку набувають все більшої актуальності (питання виробництва завжди були в центрі уваги), адже це забезпечує наявність

необхідних товарів (сировини) у потрібне місце та в потрібний час за допомогою їх транспортування, зберігання, розміщення та накопичення для безперервності та ритмічності процесу реалізації.

В умовах високої конкуренції досить важко утримувати свої позиції на ринку, але переваги має той виробник, який максимально чітко враховує не лише природно-економічний рівень розвитку регіону, технологічні особливості виробництва аграрної продукції, але й орієнтується на потенційні потреби та очікування споживачів, вчасно реагує на кон'юктуру ринку.

Висновки. У сучасних швидкозмінних умовах економічного розвитку лідируючі позиції на відповідному сегменті цільового ринку спроможний зайняти той виробник, який в своїй господарській діяльності орієнтується на існуючі та потенційні потреби споживачів, враховує зміни кон'юктури ринку. Однак, сьогодні не всі аграрні підприємства мають можливість повноцінно використовувати агромаркетинг у своїй практичній діяльності. Доцільним у даній ситуації, на нашу думку, є створення маркетингової служби на рівні району, яка будучи орієнтованою на підвищення економічної ефективності виробничо-комерційної діяльності, забезпечить збільшення термінів дієздатності створених конкурентних переваг та зміцнення конкурентних позицій підприємства на цільовому сегменті ринку.

Література.

1. **Davis J. H.A., & Gilbert R.A.** Concept of Agri, business. Boston: Division of Research, Graduate School of Business Administration, Harvard University, 1957. 136 p.
2. **Branson R.E., & Norvell D.G.** Agricultural Marketing. New York: McGraw, Hill, 1983. 521 p.
3. **Бурова О.М.** Особливості процесу формування системи агромаркетингу на підприємствах АПК. *Таврійський науковий вісник*. 2012. № 78. С. 178-193.
4. **Дудар Т.Г.** Організаційно-економічні засади формування і розвитку системи агромаркетингу. *Економіка АПК*. 2005. № 10. С. 89-96.
5. **Ільченко Т.В.** Особливості маркетингу в агробізнесі. *Агросвіт*. 2019. № 20. С. 19-23.
6. **Козуб Н.М.** Маркетингова діяльність сільськогосподарських підприємств Причорноморського регіону: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01. Одеса. 2004. 20 с.
7. **Островський П.І.** Аграрний маркетинг. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 224 с.

8. **Писаренко В.В.** Маркетинг овочевої продукції (методичні та практичні аспекти): монографія. Полтава: ФОП Говоров С.П., 2008. 304 с.

9. **Сорока А.** Внутрішні й зовнішні маркетингові системи та інституції в сільському господарстві. Київ: Основа, 1995. 200 с.

10. **Фоменко А.** Становлення теорії маркетингу як науки та особливості його використання малими сільськогосподарськими підприємствами. *Вісник Львівського національного аграрного університету*. 2013. № 20 (1). С. 380-388.

11. **Цыпкин Ю.А., Люкшинов А.Н.** Агромаркетинг. Москва: Колос, 1999. 310 с.

12. **Якубовська Н.В.** Розвиток агромаркетингу, як базової концепції ринкової діяльності сільськогосподарських підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. Хмельницький: ХНУ, 2011. № 3. Т. 3. С. 180-183.

13. **Батюк А.А., Квятко Т.М., Бабко Н.М.** Суспільні ринкові трансформації: глобальний контекст. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ, 2018. Вип. 193. С. 110-120.

14. **Романюк І.А.** Нові чинники та концепції здійснення інтенсифікації сільського господарства. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2016. № 4 (36). С. 60-63.

15. **Sievidova I.A.** et al. Factors affecting the economic management efficiency of agricultural enterprises in Ukraine. *Problems and Perspectives in Management*. 2017. Vol. 15. №. 2. p. 204-211.

References.

1. **Davis J. H.A, & Gilbert R.A.** (1957). Concept of Agri, business. Boston: Division of Research, Graduate School of Business Administration, Harvard University, p. 136 [in English].

2. **Branson R.E., & Norvell D.G.** (1983). Agricultural Marketing. New York: McGraw, Hill, p. 521 [in English].

3. **Burova O.M.** (2012). Osoblyvosti protsesu formuvannia systemy ahromarketynhu na pidpriemstvakh APK [Peculiarities of the Agromarketing System Formation Process at Agribusiness Enterprises]. *Tavriys'kyi naukovy visnyk – Taurian Scientific Herald*, no. 78, pp. 178-193 [in Ukrainian].

4. **Dudar T.H.** (2005). Orhanizatsiino-ekonomichni zasady formuvannia i rozvytku systemy ahromarketynhu [Organizational and economic principles of formation and development of agro-marketing system]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, no. 10, pp. 89-96 [in Ukrainian].

5. **Ilchenko T.V.** (2019). Osoblyvosti marketynhu v ahrobiznesi [Features of agromarketing in agribusiness]. *Ahrosvit – Agro-world*, no. 20, pp. 19-23[in Ukrainian].

6. **Kozub N.M.** (2004). [Marketing activity of agricultural enterprises of the Black Sea region], *Abstract of the dissertation of the candidate of economic sciences*, Odesa, p. 20 [in Ukrainian].

7. **Ostrov's'kyj P.I.** (2006). *Abramnyj marketynh [Agrarian Marketing]*. Kyiv: Tsentr navchal'noi literatury, p. 224 [in Ukrainian].

8. **Pysarenko V.V.** (2008). *Marketynh ovochevoi produktsii (metodychni ta praktychni aspekty)* [Marketing of vegetable products (methodical and practical aspects)]. Poltava: FOP Hovorov S.P., p. 304 [in Ukrainian].

9. **Soroka L.** (1995). *Vnutrishni i zovnishni marketynhovi systemy ta instytutsii v sil's'komu hospodarstvi* [Internal and external marketing systems and institutions in agriculture]. Kyiv: Osnova, p. 200 [in Ukrainian].

10. **Fomenko L.** (2013). Stanovlennia teorii marketynhu yak nauky ta osoblyvosti yoho vykorystannia malymy silskohospodarskymy pidpriemstvamy [Formation of marketing theory as a science and peculiarities of its use by small agricultural enterprises], *Visnyk L'vivskoho natsional'noho ahrarynogo universytetu – Bulletin of Lviv National Agrarian University*, no. 20 (1), pp. 380-388 [in Ukrainian].

11. **Tsyapkyn Yu.A., & Liukshynov A.N.** (1999). *Ahromarketynh* [Agromarketing]. Moscow: Kolos, p. 310 [in Russian].

12. **Yakubovska N.V.** (2011). Rozvytok ahromarketynhu, yak bazovoi kontseptsii rynkovoi dialnosti silskohospodarskykh pidpriemstv [Development of agromarketing as a basic concept of agricultural enterprises market activity]. *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu – Bulletin of Khmelnytsky National University*, Vol. 3, pp. 180-183 [in Ukrainian].

13. **Batiuk L.A., Kviatko T.M., & Babko N.M.** (2018). Suspilni rynkovi transformatsii: hlobalnyi kontekst. [Public Market Transformations: Global Context]. *Visnyk Kharkivskoho natsional'noho tekhnichnogo universytetu sil's'koho hospodarstva: Ekonomichni nauky – Bulletin of Kharkiv National Technical University of Agriculture: Economic Sciences*, Issue. 193, pp. 110-120 [in Ukrainian].

14. **Romaniuk I.A.** (2016). Novi chynnyky ta kontseptsii zdiisnennia intensyfikatsii silskoho hospodarstva [New factors and concepts for the implementation of agricultural intensification]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu – Bulletin of Berdyansk University of Management and Business*, no. 4 (36), pp. 60-63 [in Ukrainian].

15. **Sievidova I.A. et al.** (2017). Factors affecting the economic management efficiency of agricultural enterprises in Ukraine. *Problems and Perspectives in Management*, Vol. 15, no. 2, pp. 204-211 [in English].

Анотація.

Квятко Т.М., Вітковський Ю.П. Агромаркетинг в Україні: аспекти розвитку.

У даній статті систематизовано наукові погляди на сутність категорії «агромаркетинг», на основі аналізу даної категорії виділено його основні принципи, встановлено причини, які негативно впливають на процес впровадження агромаркетингу в діяльності вітчизняних виробників. Запропоновано створення маркетингової служби на районному рівні, яка ефективно впливатиме на діяльність дрібних виробників аграрної продукції. Також визначено особливості розвитку агромаркетингу в Україні.

Ключові слова: агромаркетинг, аграрна продукція, цільовий ринок, маркетинговий відділ, кон'юнктура ринку, платоспроможний попит, потреби споживачів.

Аннотация.

Квятко Т.Н., Витковский Ю.П. Агромакетинг в Украине: аспекты развития.

В данной статье систематизированы научные взгляды на сущность категории «агромакетинг», на основе анализа данной категории выделены его основные принципы, установлены причины, которые негативно влияют на процесс внедрения агромакетинга в деятельность отечественных производителей. Предложено создание маркетинговой службы на районном уровне, которая будет эффективно влиять на деятельность мелких производителей аграрной продукции. Также определены особенности развития агромакетинга в Украине.

Ключевые слова: *агромакетинг, аграрная продукция, целевой рынок, маркетинговый отдел, конъюнктура рынка, платежеспособный спрос, потребности потребителей.*

Abstract.

Kvyatko T.M., Vitkovsky Yu.P. Agromarketing in Ukraine: aspects of development.

In this article systematic scientific views on the essence of the category «agro marketing» are systematized, on the basis of the analysis of this category its basic principles are identified, the reasons that negatively influence the process of introduction of agro marketing in the activity of domestic producers are identified. It is proposed to create a marketing service at the rayon level that will effectively influence the activities of small agricultural producers. The features of agro marketing development in Ukraine are also identified.

Key words: *agro marketing, agricultural products, target market, marketing department, market conditions, solvent demand, consumer needs*

UDC 65.012.45

COMMUNICATIONS AS AN EFFECTIVE MANAGEMENT INSTRUMENT

**KUSKOVA S.V. PH.D., ASSOCIATE PROFESSOR, KHARKIV PETRO
VASYLENKO STATE TECHNICAL UNIVERSITY OF AGRICULTURE**

**ZAICA S.O., PH.D., ASSOCIATE PROFESSOR, KHARKIV PETRO
VASYLENKO STATE TECHNICAL UNIVERSITY OF AGRICULTURE**

**GRIDIN O.V., SENIOR LECTURER, KHARKIV PETRO
VASYLENKO NATIONAL TECHNICAL UNIVERSITY OF AGRICULTURE**

The actuality of the subject. The value of information and communication in all spheres of human activity is constantly increasing. This is due to socio-economic changes and scientific and technological progress.

Communications play an important role in improving the effectiveness of management activities. Effective communication helps to increase the performance of the enterprise and the level of satisfaction of employees, forming a sense of involvement in the work of the enterprise.

Nowadays, communication is a necessary component of any interaction process, but in order to be effective, some management skills of the company management are required.

The communication system is one of the factors controlling the process of enterprise development and requires a comprehensive approach to the study and formation.

The analysis of the land research and publications.

Communication management issues have been researched by many foreign and domestic scientists, in particular: Axley S. [1], Hargie J. [2], Harris T. [3], Manning P. [4], Adair J. [5], Artemchuk V. [7], Dudkevich K. [10], Ishchenko M. [13], Kaminskaya A. [14], Kovalenko O. [15], Lyubchenko N. [16], Perminova S. [20], Terletsкая Yu. [21], Fedorov T. [22], Shpak N. [23], but due attention is not paid to the study of communications as an effective management tool in their work. This necessitated the study of the place and role of communications in the enterprise management system and facilitated the choice of research topic.

The aim of the article. The purpose of the article is to study communication processes in enterprises and to clarify the role of communications in improving their performance.

The presentation of the basic material. The basic condition for the transformation of communications into an effective management tool is the study of communication processes adapted to the needs of domestic enterprises. Obtaining information about how well communications are made and whether there are reserves to improve their effectiveness is crucial for the following reasons:

- the level of development of communications in modern enterprises influences both the quality of the decisions being made and the level of implementation, as well as the ability of the enterprise to successfully interact with the external environment;
- managers of domestic enterprises underestimate the importance of communications for their successful activity;
- lack of criteria for evaluating the results of measures to improve organizational communications [21].

Communication studies allow us to highlight the following approaches to the definition of «communication»:

- 1) managerial, where communication is defined as a function of management, as the transmission of orders and an explanation of the performed procedures and operations;

2) system, in which communication as a system of interacting elements that ensure the functioning of the organization;

3) cultural, where communication is seen as a way of expressing organizational culture;

3) humanistic, in which communication is characterized as a factor in the development of human potential [9, 16, 17].

In today's context, the most appropriate is the sociological-managerial approach to the study of all aspects and problems of communication, because it is distinctly interdisciplinary. It is addressed by representatives of various sciences – economists, management specialists, sociologists, psychologists, experts in management technologies and management consulting and many others [8, 11-14]. Studying the phenomenon of communication and the application of acquired knowledge in the practice of enterprise management - the task of management science.

In the economic literature, communication is seen as a phenomenon and a process. As a phenomenon of communication reflect the established rules (rules, instructions, regulations), as well as the principles and patterns of relations between people in the enterprise. As a process, communication is a special form of interaction between staff to exchange information within the organization and beyond, aimed at achieving the goals of the organization, as well as the development of staff [15, 18, 20].

There are two main functions of communication - enterprise development and staff development.

Enterprise development through communications can be undertaken directly at the level of the enterprise, region or state as a whole. In this case, the development of staff involves the impact of communication on the development of professional and personal qualities and self-realization of each employee of the enterprise. This feature is implemented at both the personal and interpersonal levels.

In addition to the above functions, communication is a tool of managerial influence, as it is actually a way of shaping not only activities but also corporate culture, values and strategies.

In the process of communication at different levels of management, the communication potential of individual employees and the enterprise as a whole is formed.

Under the management of communications, scientists understand the set of continuous targeted management influences on internal and external processes of information exchange and non-information interactions, which provide satisfaction of communication needs and realization of long-term interests of enterprise development [6, 18].

Communication management principles are:

- orientation to the strategic goals of the enterprise;
- consistency of management methods and techniques at all levels of enterprise and staff development;
- the ratio of the development of internal and external communications;
- definition of areas of managerial influence;
- continuous character and feedback [2].

Management of communications in the enterprise is expressed in purposeful influence on their functions. Along with the classic functions of communication - control, motivation, emotional expression, transmission of information - a number of researchers distinguish specific functions.

T. Orlova notes that the effectiveness of communication management is manifested as a result of qualitative filling of the classic functions of managing new content, as well as a result of the implementation of a number of specialized functions, which are caused by the use of new management, marketing and information technologies, innovative activity of economic systems [19]. It distinguishes a number of specific functions of communication among which: integrative, ritual, educational, self-presentation function.

A number of scientists further distinguish two groups of functions of communication:

I. Enterprise development:

- information function – includes information on the results of activities and plans of the enterprise, information support of its life;
- administrative function – provides for the management and management of the activities of staff and structural units;
- integration function – promotes the unification of employees and the formation of a unified communication culture and inclusion of the enterprise in more general structures and communications;
- regulatory function – provides for the ordering and adjustment of the normal activity of the enterprise and directs its development;
- coordination function – related to coordination and appropriate correlation between organizational actions;
- valuation function – provides feedback and allows you to determine the effectiveness of the employees of the enterprise their job responsibilities and the implementation of organizational goals;
- motivational-stimulating function – forms the motivational basis of the communication environment, which forces to act in the right direction, activates the staff;

- educational function – consists in the acquisition and transfer of knowledge, training, professional development;
- identification function – associated with the formation of a sense of corporate identity among employees;
- representative function – provides reflection of the interests of the enterprise, demonstrates its authority and influence in the business world.

II. Staff development:

- interactive function – provides the opportunity to communicate with colleagues, freely expressing their opinion;
- self-fulfilling function – manifested in the desire of employees to realize their potential in the enterprise;
- adaptation function – involves the adaptation of the needs and values of the employee to the requirements imposed on him by the enterprise, through the development of their communicative culture;
- authoritarian function – connected with the use of communication as a means of influencing the employees of the enterprise, as well as with the goals of exercising power;
- conversion function – is the ability of the employee to change their mind, attitude, attitudes in the process of communicative influence;
- relaxation – allows to relieve psychological and emotional tension [3].

The featured feature groups are closely linked. Yes, the interaction of individuals is largely due to the movement of information, but it is not completely reduced to information processes, since communication is built not only upon the transfer and receipt of information, but also on his personal estimates. The featured feature groups are closely linked. Yes, the interaction of individuals is largely due to the movement of information, but it is not completely reduced to information processes, since communication is built not only upon the transfer and receipt of information, but also on his personal estimates.

To ensure timely quality information for employees of the enterprise, as well as to achieve a certain level of understanding and cooperation with other enterprises, it is necessary to identify information and communication needs and problems in a timely manner.

To do this, they first collect information about the internal and external environment of the enterprise. Information about the goals, objectives, structure, technologies, personnel and leadership indicates the state of the internal environment of the enterprise. Analysis of the external environment of the enterprise provides information on the economic, political and socio-cultural status and gives an opportunity to characterize the external environment of the enterprise.

Based on the assessment, they develop an enterprise communication strategy, which should provide its information and communication needs at three levels:

- strategic needs - realized through communication policy;
- operational needs – implemented through communication technologies;
- tactical needs - embodied through communication activities [4].

The evaluation of communications should be regular, which will allow identifying communication monitoring as a management tool, the content of which is the systematic observation and analysis of the dynamics of communication development. Monitoring of communication processes contributes to the accumulation of practical experience in communication management and improving the accuracy of forecasting the consequences of decisions [1].

The next step in the communication management process is the development of a communications development strategy that should include:

- creating a team of specialists in various fields to develop strategic alternatives and further select a strategy;
- setting up a communications management department.

The organizational mechanism for the implementation of the communication strategy includes the choice of management form, the allocation of areas of responsibility and the development of criteria for evaluating communications management activities. It should be noted the most significant factors that influence the choice of form of communication management: the size of the organization and the number of staff; type of structure; type of strategy; functional state of organizational communications; division of functions between divisions; financial opportunities; total staffing potential; senior management position; the level of external uncertainty and the degree of dependence on the external environment.

Scientists [2, 4] distinguish two levels of communication management:

- strategic;
- operative.

The strategic level implies the formation of the enterprise communication strategy, which in general can be formulated as a large-scale and long-term program for achieving the goals of the enterprise through the use of all communication resources and organization of communication space.

The basis of such a program is a system of general attitudes, criteria, guidelines, taken by the enterprise for action and decision-making in the field of communications, which ensure the achievement of its goals.

At the strategic level, internal and external communications are managed. Content management of internal communications of the enterprise is aimed at solving the problem of forming this type of communicative culture, which allows the most effective and adequate realization of the competitive advantages that are transmitted to the external environment through external communications.

The content of strategic management of external communications at this stage includes the development of the concept of image, based on strategic goals, as well as the development of a strategy of orderly interaction of the enterprise with market stakeholders, aimed at solving business problems, forming an image, developing existing and creating new competitive advantages, taking into account the next priorities:

- establishing partnerships with clients;
- a combination of collaboration and rivalry with competitors;
- alignment of business interests and finding new directions and forms of interaction with partners;
- orientation on public policy in the relevant field of economy and ensuring the social significance of programs of interaction with public authorities and management [7, 13-16].

Content of operational management of internal communications includes the development, implementation and updating, based on the tasks of the enterprise, the system of corporate agreements and communication standards, developed with a focus on corporate values and regulates the business interaction of employees of the enterprise at all hierarchical levels both among themselves and between the external environments.

Operational management of external communications should be subordinated to strategic priorities and aimed at solving the problems of realization of competitive advantages of the enterprise in cooperation with all interested parties.

The effectiveness of the communication management mechanism is determined by the complex effect of the implementation of measures within the framework of the adopted communication strategy. Effective communication management is characterized by a high level of economic and social effectiveness of communication activities and a focus on the realization of long-term interests of enterprise development based on the creation of favorable communication conditions.

It is advisable to analyze the effectiveness of communications by the following groups of indicators:

1. Structure of communication space:
 - the degree of integrity of the communication system;

- distribution and speed of information passing through hierarchical levels;

- ability to control communication flows.

2. Communication synergism:

- interconnectedness of communication processes;

- consistency of decisions, availability of communication climate;

- consistency of internal and external communication strategy.

3. Communication quality:

- completeness and reliability of the transmitted information;

- quality of written communications;

- effectiveness of communication measures).

4. Communication needs:

- the degree of satisfaction of information and communication needs;

- the degree of awareness of employees about the state of the enterprise as a whole and the state of affairs on the ground, the sufficiency of information for the implementation of relevant functions.

5. Communication support:

- provision of technical means of communication;

- the level of expenses for technical means of communication;

- level of knowledge of technical means of communication;

- correspondence of the used communication channels to the specifics and purposes of communications.

6. Communicative culture:

- availability of communication standards and communication regulations;

- the level of communication competence of employees;

- presence of traditions.

7. Feedback:

- the degree of openness of management to questions and suggestions of subordinates;

- the degree of interest and involvement of staff in the management process;

- the opportunity to express proposals for the development of the enterprise at different levels of management;

- the level of feedback with the external environment [3, 22].

Communication is inherent in all major management activities and can therefore be called a unifying process. The enterprise communication system is one of the factors controlling the process of enterprise development and requires a comprehensive approach to the study and formation.

Output. For the effective functioning and sustainable successful development of enterprises, it is necessary to constantly improve their communication system, using modern management technologies, which establish complex management problems and help to increase the efficiency of communications in the enterprise.

Literature.

1. **Axley S.R.** Communication at Work: Management and the Communication-Intensive Organization. Westport, CT: Quorum Books, 1996. 220 p.

2. **Hargie J., & Tourish D.** Handbook of communication audits for organizations. London: Routledge, 2001. 298 p.

3. **Harris T.E.** Applied Organizational Communication: Perspectives, Principles, and Pragmatics. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1993. 504 p.

4. **Manning P., & Aldine G.** Organizational Communication. New York, 1992. 252 p.

5. **Kuskova S.V., Zaika S.O., & Gridin O.V.** Principles of office development management. *Вісник ХНТУСГ: економічні науки*. 2019. Вип. 202. С. 187-197.

6. **Адаир Дж.** Эффективная коммуникация. М.: Эксмо, 2003. 240 с.

7. **Артемчук В.В.** Структура комунікативної компетентності менеджера. *Наукові праці Миколайівського державного гуманітарного університету ім. Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія». Серія: Педагогічні науки*. 2008. Т. 97, Вип. 84. С. 92-96.

8. **Богуславська О.Г.** Соціально-психологічна (комунікативна) компетентність як запорука ефективного менеджменту. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2011. Вип. 46. С. 268-277.

9. **Болотіна Є.В., Фоміченко І.П., Шашко В.О.** Управлінські технології комунікативного менеджменту. *Бізнес Інформ*. 2018. № 9. С. 212-219.

10. **Дудкевич К.І.** Удосконалення організації комунікативної політики на підприємстві. *Управління розвитком*. 2014. № 13. С. 29-31.

11. **Заїка С.О., Грідін О.В.** Управління інтелектуальним капіталом як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ, 2016. Вип. 177. С. 176-186.

12. **Заїка С.О., Грідін О.В.** Особливості діагностики ефективності менеджменту. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. 2016. Вип. 171. С. 195-205.

13. **Іщенко М.І., Міщук Є.В., Адамовська В.С., Усик Д.Д.** Комунікаційний менеджмент в сучасних організаціях. *Менеджер*. 2018. № 3. С. 39-45.

14. **Камінська А.В., Волинєць Н.В.** Формування комунікативних вмінь менеджера. *Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету*. 2013. № 1. С. 102-106.

15. **Коваленко О.М.** Комунікаційний менеджмент як інструмент взаємодії соціально відповідального бізнесу і соціальної держави. *Актуальні проблеми державного управління*. 2012. № 1. С. 201-207.

16. **Любченко Н.Д.** Система комунікаційного менеджменту підприємства. *Інноваційна економіка*. 2013. № 10. С. 40-45.

17. **Мазнев Г.Є., Заїка С.О., Грідін О.В.** Антикризове управління як сфера бізнес-адміністрування. *Науковий вісник УжНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 10. С. 25-32.

18. **Мазнев Г.Є., Заїка С.О., Грідін О.В.** Сутнісна характеристика інтелектуального капіталу. *Науково-практичний журнал Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 10. С. 36-47.

19. **Орлова Т.М.** Коммуникационный менеджмент в управлении экономическими системами. М.: Изд-во РАГС, 2002. 265 с.

20. **Пермінова С.О.** Комунікативна компетентність менеджера в сучасній діловій взаємодії. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2009. Вип. 16(1). С. 30-35.

21. **Терлецька Ю.О., Іванюк В.В., Литвинюк В.Р.** Теоретичні підходи до оцінки якості організаційних комунікацій. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2014. Вип. 1. С. 238-245.

22. **Федорів Т.** Репутаційні ризики та комунікаційний менеджмент в органах державної влади. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2012. Вип. 4. С. 137-147.

23. **Шпак Н.О.** Комунікаційний менеджмент: сутність та розвиток. *Економіка та держава*. 2010. № 2. С. 30-33.

References.

1. **Axley S.R.** (1996). *Communication at Work: Management and the Communication-Intensive Organization*. Westport, CT: Quorum Books, p. 220 [in English].

2. **Hargie J., & Tourish D.** (2001). *Handbook of communication audits for organizations*. London: Routledge, p. 298 [in English].

3. **Harris T.E.** (1993). *Applied Organizational Communication: Perspectives, Principles, and Pragmatics*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, p. 504 [in English].

4. **Manning P., & Aldine G.** (1992). *Organizational Communication*. New York, p. 252 [in English].

5. **Kuskova S.V., Zaika S.O., & Gridin O.V.** (2019). Principles of office development management. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: ekonomichni nauky – Bulletin of Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: economic sciences*, no. 202, pp. 187-197 [in English].

6. **Adair J.** (2003). *Effektivnaya komunikatsiya* [Effective communication]. Moscow: Eksmo, p. 240 [in Russian].

7. **Artemchuk V.V.** (2008). Struktura komunikatyvnoyi kompetentnosti menedzhera [Scientific works of the Nikolaev state humanitarian university them]. *Naukovi pratsi Mykolayivs'koho derzhavnogo humanitarnoho universytetu im. Petra Mohyla kompleksu «Kyievo-Mohylans'ka akademiya»*. Seriya: Pedagogichni nauky Structure of managerial communication competence – Petro Mohyla of the Kyiv-Mohyla Academy Complex. Series: Pedagogical Sciences, Vol. 97, Issue. 84, pp. 92-96 [in Ukrainian].

8. **Boguslavskaya O.G.** (2011). Sotsial'no-psykholohichna (komunikatyvna) kompetentnist' yak zaporuka efektyvnoho menedzhmentu [Socio-psychological (communicative) competence as a key to effective management]. *Humanitarnyy visnyk Zaporiz'koyi derzhavnoyi inzhenernoyi akademiyi* – Humanities Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy, Issue. 46, pp. 268-277 [in Ukrainian].

9. **Bolotina E.V., Fomichenko I.P., & Shashko V.A.** (2018). Upravlins'ki tekhnolohiyi komunikatyvnoho menedzhmentu [Management technologies of communicative management]. *Biznes Inform* – Business Inform, no. 9, pp. 212-219 [in Ukrainian].

10. **Dudkevich K.I.** (2014). Udoskonalennya orhanizatsiyi komunikatyvnoyi polityky na pidpryyemstvi [Improvement of communication policy organization in the enterprise]. *Upravlinnya rozvytkom* – Development Management, no. 13, pp. 29-31 [in Ukrainian].

11. **Zaika S.O., & Gridin O.V.** (2016). Upravlinnya intelektual'nym kapitalom yak chynnyk zabezpechennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [Management of intellectual capital as a factor in ensuring the competitiveness of the enterprise]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnogo universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: ekonomichni nauky* – Bulletin of Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: economic sciences, Issue. 177, pp. 176-186 [in Ukrainian].

12. **Zaika S.O., & Gridin O.V.** (2016). Osoblyvosti diahnostyky efektyvnosti menedzhmentu [Features of management efficiency diagnostics]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnogo universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: ekonomichni nauky* – Bulletin of Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: economic sciences, Issue. 171, pp. 195-205 [in Ukrainian].

13. **Ishchenko M.I., Mishchuk E.V., Adamovskaya V.S., & Usik D.D.** (2018). Komunikatsiynny menedzhment v suchasnykh orhanizatsiyakh [Communication management in modern organizations]. *Menedzher* – Manager, no. 3, pp. 39-45 [in Ukrainian].

14. **Kaminskaya A.V., & Volynets N.V.** (2013). Formuvannya komunikatyvnykh vmin' menedzhera [Formation of managerial communication skills]. *Zbirnyk naukovykh prats' Khmel'nyts'koho instytutu sotsial'nykh tekhnolohiy Universytetu* – Collection of scientific works of Khmelnytsky Institute of Social Technologies of the University, no. 1, pp. 102-106 [in Ukrainian].

15. **Kovalenko O.M.** (2012). Komunikatsiynyy menedzhment yak instrument vzayemodiyi sotsial'no vidpovidal'noho biznesu i sotsial'noyi derzhavy [Communication management as a tool of interaction between socially responsible business and welfare state]. *Aktual'ni problemy derzhavnogo upravlinnya – Actual problems of public administration*, no. 1, pp. 201-207 [in Ukrainian].

16. **Lyubchenko N.L.** (2013). Systema komunikatsiynoho menedzhmentu pidpryemstva [Enterprise communication management system]. *Innovatsiyna ekonomika – Innovative economy*, no. 10, pp. 40-45 [in Ukrainian].

17. **Maznev G.E., Zaika S.O., & Gridin O.V.** (2016). Antykrizove upravlinnya yak sfera biznes-administruvannya [Crisis management as a sphere of business administration]. *Naukovyy visnyk UzhNU. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo – UzhNU Scientific Bulletin. Series: International Economic Relations and the World Economy*, Issue. 10, pp. 25-32 [in Ukrainian].

18. **Maznev G.E., Zaika S.O., & Gridin O.V.** (2016). Sutnisna kharakterystyka intelektual'noho kapitalu [Intrinsic characteristics of intellectual capital]. *Naukovo-praktychnyy zhurnal Prychornomors'ki ekonomichni studiyi – Scientific and practical journal Black Sea Economic Studies*, Issue. 10, pp. 36-47 [in Ukrainian].

19. **Orlova T.M.** (2002). *Kommunikatsionnyy menedzhment v upravlennii ekonomicheskimi sistemami* [Communication management in the management of economic systems]. Moscow: Izd-vo RAGS, p. 265 [in Russian].

20. **Perminova S.O.** (2009). Komunikatyvna kompetentnist' menedzhera v suchasniy diloviy vzayemodiyi [Managerial communicative competence in modern business interaction]. *Naukovi pratsi Kirovohrads'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu. Ekonomichni nauky – Scientific papers of Kirovograd National Technical University. Economic sciences*, Issue. 16 (1), pp. 30-35 [in Ukrainian].

21. **Terlets'ka Yu.O., Ivanyuk V.V., & Lytvynyuk V.R.** (2014). Teoretychni pidkhody do otsinky yakosti orhanizatsiynykh komunikatsiy [Theoretical approaches to assessing the quality of organizational communications]. *Visnyk Chernivets'koho torbovel'no-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky – Bulletin of Chernivtsi Trade and Economic Institute. Economic sciences*, Issue. 1, pp. 238-245 [in Ukrainian].

22. **Fedorov T.** (2012). Reputatsiyni ryzyky ta komunikatsiynyy menedzhment v orhanakh derzhavnoyi vlady [Reputational risks and communication management in public authorities]. *Visnyk Natsional'noyi akademiyi derzhavnogo upravlinnya pry Prezydentovi Ukrainy – Bulletin of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine*, Issue. 4, pp. 137-147 [in Ukrainian].

23. **Shpak N.O.** (2010). Komunikatsiynyy menedzhment: sutnist' ta rozvytok [Communication management: essence and development]. *Ekonomika ta derzhava – Economy and the state*, no. 2, pp. 30-33 [in Ukrainian].

Анотація.

Кускова С.В., Заїка С.О., Грідін О.В. Комунікації як ефективний інструмент управління.

Комунікації є одним із визначальних факторів успішного досягнення головної мети діяльності будь-якого підприємства чи організації. Але, разом з тим, саме комунікації є одним з найбільш спірних понять в галузі управління, відносно якого чіткості і ясності в розумінні поки не було досягнуто.

Дослідження наукових публікацій у галузі управління комунікаціями дало можливість уточнити значення комунікацій для забезпечення ефективної роботи підприємства, з'ясувати їх роль у вирішенні складних управлінських завдань та можливість використання в якості ефективного інструменту управління підприємством.

Ключові слова: комунікації, управління комунікаціями, ефективність, управління підприємством, комунікаційні процеси, комунікаційна стратегія.

Аннотация.

Кускова С.В., Заика С.А., Гридин А.В. Коммуникации как эффективный инструмент управления.

Коммуникации является одним из определяющих факторов успешного достижения главной цели деятельности любого предприятия или организации. Но, вместе с тем, именно коммуникации является одним из наиболее спорных понятий в области управления, в отношении которого четкости и ясности в понимании пока не было достигнуто.

Исследование научных публикаций в области управления коммуникациями позволило уточнить значение коммуникаций для обеспечения эффективной работы предприятия, выявить их роль в решении сложных управленческих задач и возможность использования в качестве эффективного инструмента управления предприятием.

Ключевые слова: коммуникации, управления коммуникациями, эффективность, управление предприятием, коммуникационные процессы, коммуникационная стратегия.

Abstract.

Kuskova S.V., Zaika S.O., Gridin O.V. Communications as an effective management instrument.

Communication is one of the determinants of successful achievement of the main goal of any business or organization. But at the same time, communication itself is one of the most controversial concepts in management, regarding which clarity and clarity in understanding has not yet been achieved.

Research on scientific publications in the field of communications management has made it possible to clarify the importance of communications to ensure the effective operation of the enterprise, to clarify their role in solving complex management problems and to use as an effective tool of enterprise management.

Key words: communications, communication management, efficiency, enterprise management, communication processes, communication strategy.

НЕОБХІДНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

***ЛАГОДІЄНКО Н.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БОГДАНОВ О.О., АСПИРАНТ,
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ДІДКОВСЬКА М.А., ЗДОБУВАЧ,
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Усе більша кількість людей стала усвідомлювати безперспективність моделі розвитку суспільства основою якої є постійне збільшення нерационального споживання за рахунок хижацького ставлення до природи та несправедливої експлуатації чужої праці. При чому зростає розуміння, що невирішення озвучених проблем формує кумулятивний ефект, який обернеться руйнівними соціально-економічними та екологічними потрясіннями для майбутніх поколінь. Потреби людства у сталих умовах руху стають особливо актуальними при переході суспільства від постіндустріального етапу розвитку до інформаційного. Трансформаційні процеси, що відбувалися і відбуваються у сьогодишньому глобалізаційному світі характеризуються багатьма радикальними змінами практично у всіх сферах суспільних відносин, вказують на подальше поглиблення суперечностей у системі координат «суспільство-природа». У таких умовах потреба людства як у збереженні, так і в нарощуванні людського і природного потенціалу для забезпечення життєдіяльності усіх суб'єктів навколишнього середовища стає щодалі актуальною і такою, що настійно вимагає формування нових організаційно-суспільних механізмів сучасного розвитку людства на основі відповідних розроблених концептуально-теоретичних парадигм і постулатів [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання сталого розвитку аграрного виробництва у контексті реформування аграрного сектора економіки України завжди були актуальними та досліджувалися такими вітчизняними вченими, як П.І. Гайдуцький, А.С. Даниленко, С.І. Дем'яненко, Б.М. Данилишин, О.О. Красноручський, В.В. Лагодієнко, М.В. Місюк, Р.М. Мудрак, П.Т. Саблук, А.М. Ужва, М.А. Хвесик, В.В. Юрчишин та ін. Багато спірних питань щодо забезпечення сталого розвитку аграрного виробництва були висвітлені

у працях зарубіжних учених: Р. Нельсона, С. Уінтера, Деніса і Донелли Медоуз, Й. Рандерсона, Г. Дейлі, А. Брауна, Г. Гарднера, Н. Картера, Ш. Лиле. Разом із тим наукові дослідження формування механізмів сталого розвитку вітчизняного аграрного виробництва в умовах нових трансформаційних змін потребують подальшого вивчення.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є обґрунтування аспектів необхідності реалізації сталого розвитку вітчизняного аграрного виробництва та особливостей їх впровадження з урахуванням сучасних трансформацій і з орієнтацією на особливості зарубіжного досвіду.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сталий розвиток – це загальна концепція стосовно необхідності встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їх потребу в безпечному і здоровому довкіллі [2]. У доповіді Світової комісії з навколишнього середовища та розвитку – це «розвиток, який задовольняє потреби нинішнього покоління без шкоди для можливості майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби» [3].

Термін «сталий розвиток» на Конференції в Ріо-де-Жанейро у 1992 році в рамках прийняття «Порядку денного на XXI століття» визначався як «розвиток, що задовольняє потреби теперішнього часу, не ставлячи під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби» [4]. Сталий розвиток відноситься до моделі людського розвитку, в рамках якої використання ресурсів спрямоване на задоволення людських потреб з одночасним забезпеченням сталості природних систем та навколишнього середовища, щоб ці потреби могли бути задоволені не тільки для нинішнього, а й для майбутніх поколінь. Сталий розвиток вимагає чіткого підходу до використання ресурсів. Такий підхід пов'язаний з нашою здатністю розумно використовувати, створювати і фінансувати ресурси, що становлять основу нашої економіки [5].

Об'єктом сталого розвитку, його головною метою є людина, оскільки сталий розвиток має на увазі передусім розширене відтворення людського капіталу і гармонійний розвиток самої людини [6, 7].

З моменту свого виникнення (1987 р.), концепція сталого розвитку постійно еволюціонує. Зокрема, моделювання економічної, соціальної та екологічної складових сталого розвитку за допомогою діаграми Венна (рис. 1), вперше запропоноване Пірсом Д. (Pearce D.), Барб'є Е. (Barbier E.) та Маркандією А. (Markandya A.), набуває нових характеристик, як реакція на зміну зовнішнього середовища.



Рис. 1. Концепція сталого розвитку у форматі діаграми Венна [8]

Як відмічає Свистун К.О. концепція сталого розвитку у форматі діаграми Венна згодом була розкритикована, у тому числі і її автором. По-перше, діаграма Венна суперечить доповіді «Наше спільне майбутнє», в якій особливо підкреслювались тісні взаємозв'язки між економічним розвитком, забрудненням навколишнього середовища і перенаселеністю, замість трьох зазначених складових. По-друге, відзначалось, що діаграма Венна призводить до неузгодженості використання і поєднання окремих показників економічної, екологічної та соціальної сталості. Поява нових і доволі важливих складових сталого розвитку — таких, як справедливість між поколіннями в розподілі ресурсів, глобальна зміна клімату і необхідність пошуку відновлювальних альтернатив нафтохімічним та іншим не відновлюваним ресурсам, ефективна стратегія, сумісна із зростанням добробуту людей, та ін. — робить діаграму Венна застарілою і абстрактною. З метою наближення даного підходу запровадження сталого розвитку до реалій сучасності, побудована видозмінена діаграма Венна. На рис. 2 представлена система сталого розвитку, яка функціонує на глобальному, національному і локальному

(регіональному, місцевому) рівнях, що відповідає одному з гасел сталого розвитку «думай глобально – дій локально» [9].

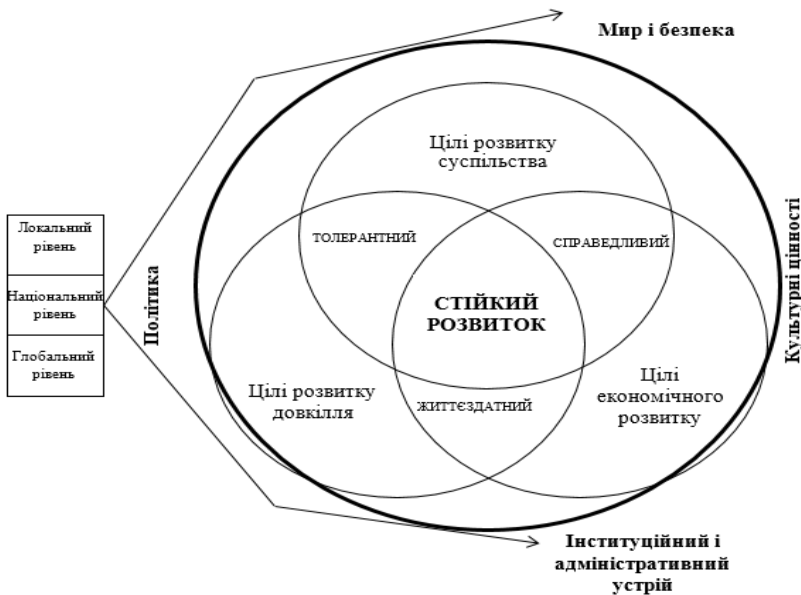


Рис. 2. Система сталого розвитку [10, с. 12]

Світове співтовариство визнало, що збалансований розвиток «повинен стати пріоритетним питанням порядку денного міжнародного співробітництва». Загальновизнаним є розуміння збалансованого розвитку як гармонійного поєднання економічних, соціальних та екологічних складових розвитку. Лише досягнення збалансованості між ними забезпечить можливість перейти до такого суспільного розвитку, який не виснажуватиме природні та людські ресурси, а тому матиме можливість тривати досить довго. В українській мові популярності набув термін «сталий розвиток», який з'явився внаслідок перекладу терміна «устойчивое развитие» з російської мови, а не безпосереднього перекладу цього терміна з англійської. Утвердився він і в законодавстві України, хоч є сполученням слів з протилежним змістом (сталий – постійність, розвиток – передбачає наявність змін). Концепція збалансованого розвитку стала відповіддю на виклик часу. Вона є альтернативою панівній моделі сучасного розвитку, що ґрунтується на розгляді природи лише як джерела сировини для виробництва різних товарів [11].

Екологізація та соціалізація суспільного виробництва – наріжні камені сталого розвитку. З цього приводу Каховська О.В. зазначає, що економіка країни, з переходом до моделі ринкового господарювання і в зв'язку з цим надмірним прагненням бізнесу будь-якою ціною досягти прибутків, потребує якщо і не зміцнення акцентів з чистого нарощування виробництва до соціальності та екологізації розвитку, то його достатнього поєднання з ними... однозначно негативи в соціальному контексті вимагають переосмислення змісту цієї складової сталого розвитку. Протиріччя між необхідністю, прагненням та результатами зникають у випадку порозуміння механізму досягнення соціальності у розвитку і забезпечення суспільної динаміки через соціальність. Питання постає в площині оконтурення умов за яких може йти мова про соціальність і забезпечення соціальності в розвитку суспільства. І тут головне, що здійснено переорієнтацію розвитку країни з ринкової моделі економіки на соціально орієнтовану модель економіки. Основним курсом обрано розбудова соціальної держави або держави добробуту [12, с. 121; 13, с. 23-26].

Людиноцентричність або соціалізація розвитку суспільного виробництва задля забезпечення його економічної сталості, окрім суто моральних гуманістичних міркувань, має фундаментальне наукове обґрунтування з точки зору економічної теорії. Як відомо, суспільне виробництво в рамках ринкової моделі економіки переживає періодичні спади та піднесення, які в економічній літературі дістали назву економічних циклів. Економічні кризи, як самі руйнівні, а тому самі важливі фази економічних циклів, які власне і є головною причиною циклічності суспільного виробництва, обумовлюються різними причинами. Серед численних спроб пояснити природу економічних криз, однією із найбільш популярних є теорія недоспоживання. Перехід до траєкторії сталого розвитку економіки України передбачає її гармонізацію.

Найбільш гостро необхідність переходу на принципи сталого розвитку стоїть у сфері сільськогосподарського виробництва. Останнє, як ніяка інша сфера суспільного виробництва, залежить від якості природних ресурсів, динаміки їх відтворення та рівня залучення у господарський процес [14, 15]. За специфікою виробничої діяльності аграрний сектор безпосередньо пов'язаний із довкіллям і перебуває під впливом природно-кліматичних факторів, а сільськогосподарське виробництво ґрунтується на споживанні природних ресурсів. У той же час частка аграрного сектора у забрудненні та деградації довкілля становить понад третину загального обсягу деструктивної дії [16]. Зокрема, надмірне антропогенне навантаження на земельні угіддя

спричиняють активацію цілого ряду негативних процесів, серед яких особливої сили набрали ерозійні. До цього призвело нехтування екологічною придатністю ґрунтів до вирощування певних сільськогосподарських культур. Втрати від дії ерозійних процесів вимірюються сотнями мільйонів гривень на рік. Крім цього, значно погіршується стан агроландшафтів за рахунок знищення найродючіших шарів ґрунтового покриву, його найважливішої складової – гумусу [17]. Такий стан справ визначає зростаючий загрозливий вплив аграрного сектора національної економіки на екологічну ситуацію у країні в цілому [18]. У зв'язку з цим Курман Т.В. пропонує розуміти сталий розвиток сільськогосподарського виробництва як стабільний процес прогресивних цілеспрямованих змін на основі досягнень науки і техніки в агросфері при веденні сільськогосподарського виробництва в напрямку, який забезпечує успішне її функціонування в інтересах нинішнього і майбутніх поколінь людей [19]. Копитко В.І. та Копитко О.В. дають більш розширене трактування сталого розвитку. Під даною категорією вони пропонують розуміти складний динамічний процес переходу соціально-економічної системи з одного якісного стану в інший під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на основі економічного зростання при зниженні коливань натуральних і вартісних результатів виробництва. Його основу складає довгострокове ефективне функціонування галузі, здійснене у вигляді забезпечення конкурентоспроможності та екологічно безпечного розширеного відтворення, поліпшення умов і якості життя сільського населення на основі реалізації механізмів внутрішнього потенціалу аграрного сектора, його адаптації до зміни зовнішнього середовища і цілеспрямованого державного регулювання [20].

Науковці ДУ «Інституту регіональних досліджень ім. М.І. Долишнього НАН України» пропонують визначати цілями сталого розвитку вітчизняного сільського господарства:

- забезпечення доступності збалансованого харчування на рівні науково обґрунтованих норм для всіх верств населення;
- підвищення вдвічі продуктивності сільського господарства, насамперед за рахунок використання інноваційних технологій;
- забезпечення створення стійких систем виробництва продуктів харчування, що сприяють збереженню екосистем і поступово покращують якість земель та ґрунтів, насамперед за рахунок використання інноваційних технологій;
- зниження волатильності цін на продукти харчування [21, с. 10].

Одним із способів досягнення різнохарактерних цілей соціальної складової сталого розвитку аграрного виробництва – це забезпечення гармонійного поєднання високопродуктивного сільськогосподарського виробництва та повноцінного розвитку сільських територій. Як відмічає Яценко О.В., забезпечення сталого розвитку сільських територій на засадах інновацій та ефективної взаємодії сільськогосподарських підприємств має визначальний характер для розвитку сільських регіонів [22]. А Термоса І.О. з цього приводу цілком слушно вказує на те, що серед шляхів вирішення проблем розвитку сільських територій є застосування комплексу взаємопов'язаних заходів спрямованих на:

1) створення сприятливих умов для проживання населення на сільських територіях;

2) підвищення конкурентоспроможності всіх галузей сільського господарства [23].

Перехід аграрного виробництва із традиційної дохідноцентристської моделі в модель сталого розвитку не є цінністю в собі, а обумовлена рядом переваг (табл. 1).

Таблиця 1

Впровадження принципів сталого розвитку у практику виробництва сільськогосподарської продукції [26]

Виробничі переваги	Соціально-економічні переваги	Екологічні переваги
Продуктивність і конкуренція дозволяє галузі бути економічно самодостатніми	Широка база розвитку на локальному, регіональному рівнях	Ефективне використання природних ресурсів (вода, ґрунт та ін.).
Продукт здатний задовольняти зростаючий попит (додана вартість, якість тощо)	Справедливий розподіл економічних і соціальних благ	Зменшення деструктивного впливу процесу виробництва на навколишнє середовище
Технологічна ефективність та інноваційний потенціал (екоінновації та коефективність)	Підтримка виробничими структурами соціальних інститутів (сімейна ферма, кооператив, асоціація виробників та ін.)	Тенденція екологізації виробничого процесу

Отже, невід'ємною умовою соціальної сталості національного аграрного виробництва є забезпечення повноцінного розвитку сільських територій [24]. Під повноцінним розвитком сільських територій слід розуміти їх розвиток на принципах сталості.

З огляду на це, формування дієвого механізму економічного стимулювання екологізації агровиробництва є одним із пріоритетних завдань аграрної політики держави, яке може бути фінансово підтримане європейською спільнотою. Враховуючи світові тенденції та орієнтири Європейського Союзу, агропродовольча сфера України має бути спрямована на виробництво конкурентоспроможної продукції, зокрема органічної, що є можливим при ефективній підтримці державою малих форм господарювання – основи сталого розвитку сільських територій та підвищення рівня продовольчої безпеки. Відповідно до цього, важливим є сприяння активному розвитку кооперативного виробництва із трансформацією у кластерні формування. Оскільки кооперативна організація виробництва є найбільш стійкою та ефективною при переході до виробництва органічної продукції, її переробки та реалізації [25].

Разом з тим, озвучені переваги сталого розвитку національного сільськогосподарського виробництва можуть бути реалізовані лише при наявності сформованих інституційних умов – високий рівень екологічної свідомості населення країни з активною громадянською позицією, середній рівень доходів домогосподарств не нижчий, ніж середній рівень доходів домогосподарств розвинутих продовольчо-дефіцитних країн світу [27], багатокладне високоефективне конкурентоспроможне, за міжнародними мірками, вітчизняне агровиробництво, результативна державна аграрна політика тощо.

Висновки. Отже, завданням номер один переходу на принципи сталого розвитку аграрного виробництва є досягнення обсягів, структури і вартості харчового раціону населення країни, який за даними критеріями не поступається харчовому раціону пересічного жителя розвинутих країн ЄС. Що обумовлює продовження використання індустриальних технологій в національному аграрному виробництві. На даному етапі виконання умови принципу екологічної складової передбачатиме:

– приведення до нормативних вимог використання кількісних і якісних характеристик хімічних засобів. Контрольними показниками має стати приведення до європейських вимог максимальної допустимої концентрації залишків хімічних речовин в сільськогосподарській продукції – нітратів, пестицидів, солей важких металів, гормонів,

антибіотиків тощо. Такі зміни можна розцінювати і як забезпечення соціальної складової сталості, оскільки вони означатимуть підвищення безпекових і якісних характеристик продовольчих товарів;

– впровадження енерго- та ресурсоощадних технологій аграрного виробництва. Передусім стимулювання: використання самохідної сільськогосподарської техніки з гібридними та електродвигунами; систем крапельного зрошення; використання відновлювальних джерел енергії – біогазу, сонячних батарей і т. д.

Соціальна складова сталого розвитку, як за ціллю «продовольча безпека», так і за ціллю «соціальний розвиток сільських територій», передбачає забезпечення багатокладності сільськогосподарського виробництва – розвиток малих та середніх організаційних форм аграрного підприємництва.

Одночасно паралельно із забезпеченням соціальної складової сталості, необхідно забезпечити реалізацію економічної сталості. Остання передбачає формування умов для стійкого нарощування обсягів сільськогосподарського виробництва шляхом зменшення залежності від погодних умов, формування повноцінного інституту страхування аграрних ризиків та нової якості державної аграрної політики.

Останнім етапом стане перехід до реалізації повноцінної екологічної складової аграрного виробництва:

– виведення з польового обороту та рекультивация ґрунтів: деградованих, на схилах, в долинах природних та штучних водойм, у заповідних та рекреаційних зонах тощо;

– виробництво органічної продукції у розмірі не меншому, ніж задоволення потреб на харчування дітей та дорослих: в дошкільних та шкільних закладах; медустановах; санаторно-курортних установах; дитячих будинках, школах-інтернатах тощо.

На відміну від існуючих визначень сталого розвитку аграрного виробництва, у пропонованому нами варіанті новими підходами є:

– логічна черговість етапів поступового виконання умов сталого розвитку: соціальна сталість → економічна сталість → екологічна сталість. Такий підхід ґрунтується на логічному поясненні відсутності умов одночасного забезпечення виконання усіх складових сталого розвитку в умовах трансформаційних перетворень економіки;

– введення у визначення характеристик, які деталізують умови досягнення сталого розвитку: продовольча безпека, екологічний контроль, сільські території, багатокладність, ресурсоощадні технології, органічне виробництво, страхування ризиків, бюджетна підтримка.

Література.

1. **Підур Я.С., Черченко О.А., Білоскурський Р.Р.** Сталій соціально-економічний розвиток: еволюція поглядів та теоретичний аналіз. *Економічний вісник*. 2017. № 1. С. 28-35.
2. Сталій розвиток. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Сталій_розвиток
3. **Butlin John.** (1989). Our common future. By World commission on environment and development. *Journal of International Development (en)*, no 1(2), pp. 284-287.
4. Програма дій «Порядок денний на XXI століття»: Ухвалена конференцією ООН з навколишнього середовища і розвитку в Ріо-де-Жанейро (Саміт «Планета Земля», 1992 р.): Пер. з англ. 2-ге вид. К.: Інтелсфера, 2000. 360 с.
5. Сталій розвиток. URL: <http://www.zhiva-planeta.org.ua/diyalnist/staluy-rozvitok.html>
6. **Жученко А.М.** Концепція сталого розвитку регіону: передумови формування та фактори впливу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Випуск 9. С. 63-66.
7. **Бурик З.М.** Концептуальні підходи до державного регулювання сталого розвитку в Україні. *Актуальні проблеми державного управління*. 2017, № 2(52). С. 1-8.
8. **Pearce D., Barbier E., & Markandya A.** (1990). Sustainable development: economics and environment in the Third World. Cheltenham and Camberley: Edward Elgar Pub. 217 p.
9. **Свистун К.О.** Генезис поняття «сталій розвиток» та підходи до його запровадження. *Молодий вчений*. 2017. № 2(42). С. 326-333.
10. **Dalal-Clayton B., & Bass S.** (2002). Sustainable Development Strategies: A Resource Book. London, UK, and Sterling, VA: Earthscan Publications Ltd. 358 p.
11. Цілі сталого розвитку та їх адаптація для України. URL: <http://www.sd4ua.org/shho-take-stalij-rozvitok/>
12. **Каховська О.В.** Імператив соціальності в концепції сталого розвитку. Збірник тез доповідей підготовлених учасниками літнього стажування СТАЛИЙ РОЗВИТОК 2020. Італія, Байя Доміція: Інститут Міжнародної Академічної та Наукової Співпраці Fundacja ADD. 2016. 192 с.
13. **Каховська О.В.** Розбудова соціальної держави як головна умова забезпечення сталого розвитку. *Сталій розвиток територій: проблеми та шляхи вирішення*. Матеріали VII міжнародної науково-практичної конференції / за заг. ред. **О.Ю. Бобровської**. 21 жовтня 2016 р. м. Дніпро. Д.: ДРІДУ НАДУ. 264 с.
14. **Хвесик М.А., Шубалий О.М.** Концептуальні засади спіральної трансформації еколого-економічних відносин: генезис та перспективи імплементації. *Економіка АПК*. 2015. № 7. С. 25-31.

15. **Лагодієнко В.В.** Концептуальна модель розвитку регіонального агропромислового виробництва. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 8. С. 1259-1262.

16. **Лопатинський Ю.М.** Сталій розвиток аграрного сектора національної економіки у контексті євроінтеграції. *Науковий вісник Чернівецького університету. Серія «Економіка»*. 2015. Випуск 730-731. С. 17-20.

17. **Добряк Д.С., Кузін Н.В.** Еколого-економічний механізм реабілітації деградованих і малопродуктивних земель сільськогосподарського призначення. *Економіка АПК*. 2016. № 9. С. 10-17.

18. **Митяй О.В., Лагодієнко В.В., Сафонов В.В.** Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств як основний важіль сталого розвитку аграрної сфери. *Економічний часопис-XXI*. 2015. № 155(11-12). С. 59-62.

19. **Курман Т.В.** Поняття та зміст сталого розвитку сільськогосподарського виробництва. Проблеми правового забезпечення сталого розвитку сільських територій в Україні: монографія / за ред. **А.П. Гетьман, М.В. Шульга**. Харків: Право, 2016. Підрозд. 1.1. С. 5-34.

20. **Копитко В.І., Копитко О.В.** Основні напрями стійкого розвитку аграрного сектору АПК. *Бізнес-навігатор*. 2013. № 2(31). С. 107-111.

21. Цілі сталого розвитку для України: регіональний вимір: аналітична доповідь. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України». Львів, 2018. 90 с.

22. **Яценко О.В.** Удосконалення управління сталим розвитком сільських територій Черкащини на основі впровадження інновацій. *Економіка АПК*. 2013. № 3. С. 76-80.

23. **Термоса І.О.** Сутність сталого розвитку та його особливості в контексті сільських територій. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Випуск 19. С. 33-37.

24. **Ужва А.М.** Формування сталого розвитку сільського господарства: зарубіжний досвід. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2015. № 5. С. 174-176.

25. **Лобозинська С.М., Назаркевич О.Б.** Стимулювання екологізації агровиробництва у формуванні продовольчої безпеки України. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 3(31). С. 53-59.

26. **Чемерис В.А., Душка В.І.** Сталій розвиток сільськогосподарського виробництва на регіональному рівні. *Науковий вісник ЛНУВМБТ імені С.З. Ґжицького*. 2013. Том 15. № 2(56). С. 415-420.

27. **Mudrak R., Nyzhnyk I., Lagodiienko V., Lagodiienko N.** (2019). Impact of Seasonal Production on the Dynamics of Prices for Meat and Dairy Products in Ukraine. *TEM Journal*, Volume 8, Issue 4, Pages 1159-1168, DOI: 10.18421/TEM84-08, November 2019.

References.

1. **Pitsur Ya.S., Cherchenko O.L., & Biloskurskyi R.R.** (2017). Stalyi sotsialno-ekonomichnyi rozvytok: evoliutsiia pohliadiv ta teoretychnyi analiz [Sustainable socio-economic development: evolution of views and theoretical analysis]. *Ekonomichnyi visnyk – Economic Bulletin*, no. 1, pp. 28-35 [in Ukrainian].
2. Stalyi rozvytok [Sustainable development]. *uk.wikipedia.org*. Retrieved from: https://uk.wikipedia.org/wiki/Stalyi_rozvytok [in Ukrainian].
3. **Butlin John.** (1989). Our common future. By World commission on environment and development. *Journal of International Development (en)*, no. 1(2), pp. 284-287 [in English].
4. Prohrama dii «Poriadok dennyi na XXI stolittia»: Ukhvalena konferentsiieiu OON z navkolyshnoho seredovyscha i rozvytku v Rio-de-Zhaneiro (Samit «Planeta Zemlia», 1992 r.) [Agenda for the 21st Century: Adopted by the UN Conference on Environment and Development in Rio de Janeiro (Planet Earth Summit, 1992)]. (2000). Trans. 2d ed. Kyiv: Intelsfera, p. 360 [in Ukrainian].
5. Stalyi rozvytok [Sustainable development]. *www.zhiva-planeta.org.ua*. Retrieved from: <http://www.zhiva-planeta.org.ua/diyalnist/staluy-rozvytok.html> [in Ukrainian].
6. **Zhuchenko A.M.** (2016). Kontseptsiiia staloho rozvytku rehionu: peredumovy formuvannia ta faktory vplyvu [Concept of sustainable development of the region: prerequisites for formation and factors of influence]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo – Scientific Bulletin of Uzhgorod National University. Series: International Economic Relations and the World Economy*, Issue 9, pp. 63-66 [in Ukrainian].
7. **Buryk Z.M.** (2017). Kontseptualni pidkhody do derzhavnoho rehuliuвання staloho rozvytku v Ukraini [Conceptual approaches to state regulation of sustainable development in Ukraine]. *Aktualni problemy derzhavnoho upravlinnia – Actual problems of public administration*, no. 2(52), pp. 1-8 [in Ukrainian].
8. **Pearce D., Barbier E., & Markandya A.** (1990). Sustainable development: economics and environment in the Third World. Cheltenham and Camberley: Edward Elgar Pub. P. 217 [in English].
9. **Svystun K.O.** (2017). Henezys poniattia «stalyi rozvytok» ta pidkhody do yoho zaprovadzhennia [The genesis of the concept of «sustainable development» and approaches to its implementation]. *Molodyi vchenyi – Young scientist*, no. 2(42), pp. 326-333 [in Ukrainian].
10. **Dalal-Clayton B., & Bass S.** (2002). Sustainable Development Strategies: A Resource Book. London, UK, and Sterling, VA: Earthscan Publications Ltd. P. 358 [in English].
11. Tsili staloho rozvytku ta yikh adaptatsiia dlia Ukrainy [Sustainable development goals and their adaptation to Ukraine]. *www.sd4ua.org*. Retrieved from: <http://www.sd4ua.org/shho-take-stalij-rozvytok/> [in Ukrainian].
12. **Kakhovska O.V.** (2016). Imperatyv sotsialnosti v kontseptsii staloho rozvytku [The social imperative in the concept of sustainable development]. Zbirnyk tez dopovidei pidhotovlenykh uchastykamy litnoho stazhuvannia STALYI ROZVYTOK 2020. Italiia, Balia Domitsiia: Instytut Mizhnarodnoi Akademichnoi

ta Naukovoї Spivpratsi Fundacija ADD – Collection of abstracts prepared by participants in the summer internship SUSTAINABLE DEVELOPMENT 2020. Italy, Bahia Domination: Institute of International Academic and Scientific Cooperation Fundacija ADD, p. 192 [in Ukrainian].

13. **Kakhovska O.V.** (2016). Rozbudova sotsialnoi derzhavy yak holovna umova zabezpechennia staloho rozvytku [Building a welfare state as the main condition for ensuring sustainable development]. *Stalyi rozvytok terytorii: problemy ta shliakhy vyryshennia: Materialy VII mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii – Sustainable Development of Territories: Problems and Solutions: Proceedings of the 7th International Scientific and Practical Conference*. O.Y. Bobrovskaya (Ed.). Dnipro: DRIDU NADU, p. 264 [in Ukrainian].

14. **Khvesyuk M.A., & Shubalyi O.M.** (2015). Kontseptualni zasady spiralnoi transformatsii ekoloho-ekonomichnykh vidnosyn: henezys ta perspektyvy implementatsii [Shubaliy Conceptual principles of spiral transformation of ecological and economic relations: genesis and perspectives of implementation]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, no. 7, pp. 25-31 [in Ukrainian].

15. **Lahodiienko V.V.** (2015). Kontseptualna model rozvytku rehionalnogo ahropromyslovoho vyrobnytstva [Conceptual model of development of regional agro-industrial production]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky – Global and national problems of economy*, no. 8, pp. 1259-1262 [in Ukrainian].

16. **Lopatynskiy Yu.M.** (2015). Stalyi rozvytok ahrarynogo sektora natsionalnoi ekonomiky u konteksti yevrointehratsii [Sustainable development of the agricultural sector of the national economy in the context of European integration]. *Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu. Seriya «Ekonomika» – Scientific Bulletin of Chernivtsi University. Economy series*, Issue 730-731, pp. 17-20 [in Ukrainian].

17. **Dobriak D.S., & Kuzin N.V.** (2016). Ekoloho-ekonomichniy mekhanizm reabilitatsii dehradovanykh i maloproduktyvnykh zemel silskohospodarskoho pryznachennia [Ecological and economic mechanism of rehabilitation of degraded and low-productive agricultural lands]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, no. 9, pp. 10-17 [in Ukrainian].

18. **Mytaii O.V., Lahodiienko V.V., & Safonov V.V.** (2015). Konkurentospromozhnist silskohospodarskykh pidpriemstv yak osnovnyi vazhil staloho rozvytku ahrarynoi sfery [Competitiveness of agricultural enterprises as a major lever for sustainable development of the agricultural sector]. *Ekonomichniy chasopys-XXI – Economic Journal-XXI*, no. 155(11-12), pp. 59-62 [in Ukrainian].

19. **Kurman T.V.** (2016). Poniattia ta zmist staloho rozvytku silskohospodarskoho vyrobnytstva. Problemy pravovoho zabezpechennia staloho rozvytku silskykh terytorii v Ukraini [The concept and content of sustainable development of agricultural production. Problems of legal support for sustainable development of rural territories in Ukraine]. A.P. Hetman, M.V. Shulha (Ed.). Kharkiv: Pravo, pp. 5-34 [in Ukrainian].

20. **Kopytko V.I., & Kopytko O.V.** (2013). Osnovni napriamy stiikoho rozvytku ahrarynogo sektoru APK [The main directions of sustainable development of the agricultural sector of the agro-industrial complex]. *Biznes-navigator – Business navigator*, no. 2(31), pp. 107-111 [in Ukrainian].

21. Tsili staloho rozvytku dlia Ukrainy: rehionalnyi vymir: analitychna dopovid. DU «Instytut rehionalnykh doslidzhen imeni M.I. Dolishnoho NAN Ukrainy» [Sustainable Development Goals for Ukraine: A Regional Dimension: An Analytical Report. State Institution «Institute of Regional Studies named after MI Of the NAS of Ukraine». (2018). Lviv, p. 90 [in Ukrainian].

22. **Yatsenko O.V.** (2013). Udoskonalennia upravlinnia stalym rozvytkom silskykh terytorii Cherkashchyny na osnovi vprovadzhennia innovatsii [Improvement of management of sustainable development of rural territories of Cherkasy region on the basis of introduction of innovations]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, no. 3, pp. 76-80 [in Ukrainian].

23. **Termosa I.O.** (2017). Sutnist staloho rozvytku ta yoho osoblyvosti v konteksti silskykh terytorii [The essence of sustainable development and its features in the context of rural areas]. *Prychornomorski ekonomichni studii – Black Sea Economic Studies*, Issue 19, pp. 33-37 [in Ukrainian].

24. **Uzhva A.M.** (2017). Formuvannia staloho rozvytku silskoho hospodarstva: zarubizhnyi dosvid [Formation of sustainable agriculture: foreign experience]. *Naukovi visnyky Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo – Scientific Bulletin of Uzhgorod National University. Series: International Economic Relations and the World Economy*, no. 5, pp. 174-176 [in Ukrainian].

25. **Lobozynska S.M., & Nazarkevych O.B.** (2017). Stymuliuвання ekolohizatsii ahrovyrobnnytstva u formuvanni prodovolchoi bezpeky Ukrainy [Promoting the greening of agricultural production in shaping Ukraine's food security]. *Ekonomika: reali chasu – Economy: the realities of time*, no. 3(31), pp. 53-59 [in Ukrainian].

26. **Chemerys V.A., & Dushka V.I.** (2013). Stalyi rozvytok silskohospodarskoho vyrobnytstva na rehionalnomu rivni [Sustainable development of agricultural production at the regional level]. *Naukovi visnyky LNUVMBT imeni S.Z. Gzhytskoho – Scientific Bulletin of S.Z. Gzhytskoho*, Vol. 15, no. 2(56), pp. 415-420 [in Ukrainian].

27. **Mudrak R., Nyzhnyk I., Lagodiienko V., Lagodiienko N.** (2019). Impact of Seasonal Production on the Dynamics of Prices for Meat and Dairy Products in Ukraine. *TEM Journal*, Volume 8, Issue 4, Pages 1159-1168, DOI: 10.18421/TEM84-08, November 2019 [in English].

Анотація.

Лагодієнко Н.В. Богданов О.О., Дідковська М.А. Необхідність та особливості сталого розвитку аграрного виробництва.

У статті досліджуються аспекти сталого розвитку вітчизняного аграрного виробництва з урахуванням сучасних трансформацій і з орієнтацією на зарубіжний досвід в умовах людино- та екологоцентричної аграрної економіки. Виявлено, що перехід вітчизняного аграрного виробництва на принципи сталого розвитку гальмується наявністю принципових суперечностей між ціною досягнення кожної із його складових. І суперечність – економічна складова ↔ соціальна складова; II суперечність – соціальна складова ↔ екологічна складова; III суперечність – екологічна складова ↔ економічна складова.

Встановлено, що для розв'язання описаних суперечностей, необхідно вирішити питання черговості реалізації складових сталого розвитку аграрного виробництва оскільки цілком очевидно, що одночасно це забезпечити надзвичайно проблематично. Зокрема, за умови, коли більшість українського населення спрямовує на придбання продовольства понад 50% своїх сукупних витрат, його неможливо переконати у доцільності повного переходу на екологоздатні технології сільськогосподарського виробництва, які зумовлять підвищення цін на продукти харчування.

Ключові слова: сталий розвиток, аграрне виробництво, аграрна економіка, економічна складова, соціальна складова, екологічна складова.

Аннотация.

Лагодієнко Н.В.,

Богданов А.А.,

Дидковская М.А.

Необходимость и особенности устойчивого развития аграрного производства.

В статье исследуются аспекты устойчивого развития отечественного аграрного производства с учетом современных трансформаций и с ориентацией на зарубежный опыт в условиях человеко- и экологическоцентрической аграрной экономики. Обнаружено, что переход отечественного аграрного производства на принципы устойчивого развития тормозится наличием принципиальных противоречий между ценой достижения каждой из его составляющих. Первое противоречие – экономическая составляющая ↔ социальная составляющая; Второе противоречие – социальная составляющая ↔ экологическая составляющая; Третье противоречие – экологическая составляющая ↔ экономическая составляющая. Установлено, что для решения описанных противоречий, необходимо решить вопрос очередности реализации составляющих устойчивого развития аграрного производства поскольку вполне очевидно, что одновременно это обеспечить чрезвычайно проблематично. В частности, при условии, что большинство украинского населения направляет на приобретение продовольствия более 50% своих совокупных расходов, его невозможно убедить в целесообразности полного перехода на экологосохраняющие технологии сельскохозяйственного производства, которые обусловят повышение цен на продукты питания.

Ключевые слова: устойчивое развитие, аграрное производство, аграрная экономика, экономическая составляющая, социальная составляющая, экологическая составляющая.

Abstract.

Lagodienko N.V., Bohdanov O.O., Didkovs'ka M.A. Necessity and features of sustainable development of agricultural production.

The article explores the aspects of sustainable development of domestic agricultural production, taking into account modern transformations and focusing on foreign experience in the conditions of human and ecocentric agrarian economy. It was found that the transition of domestic agricultural production to the principles of sustainable development is hampered by the existence of fundamental contradictions between the price of achieving each of its components. The first contradiction is the economic component – the social component; The second contradiction is the social component – the environmental component; The third contradiction is the environmental component – the economic component. It is established that in order to solve these contradictions, it is necessary

to solve the question of the order of implementation of the components of sustainable development of agrarian production, since it is quite obvious that it is extremely problematic at the same time. In particular, provided that the majority of the Ukrainian population directs more than 50% of their total expenditures on food purchases, it is impossible to convince them of the feasibility of a full transition to environmentally friendly agricultural production technologies that will lead to higher food prices.

Research has shown that the sustainable development of agricultural production in Ukraine is the development of social production in the agricultural sector of the economy on terms of social, economic and environmental components of sustainable development, which provides: ensuring the food security of the nation; ensuring effective control over the use of chemicals in agricultural production and compliance with maximum residue limits for chemicals in agricultural products; social development of rural areas; the complexity of agricultural production; competitive production based on the use of resource-saving technologies; use of equipment, technological methods and calendar terms of agricultural work, which reduce the dependence of productivity of crops and animals on weather conditions; insurance of agrarian risks; budget support for agricultural producers in volumes not less than in the EU within the limits of protected items of the state budget.

Key words: *sustainable development, agrarian production, agrarian economy, economic component, social component, ecological component.*

УДК 338.436:631.1:65.012.8

АНАЛІЗ РІВНЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ

**СЬОМИЧ М.І., К.Н.ДЕРЖ.УПР., ДОЦЕНТ,
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ**

Постановка проблеми у загальному вигляді. За твердженням багатьох експертів організаційно-правова безпека на відміну від всіх інших (економічної, фінансової, кадрової, інформаційної тощо) найбільш повно характеризує діяльність підприємства, оскільки комплексно відображає потребу в захисті безпосередньо господарської діяльності, критично важливими сторонами якої є не тільки економічна, але й організаційна та правова сторони. Сучасні численні негативні чинники зовнішнього середовища виступають потенційними джерелами загроз нормальному функціонуванню та розвитку суб'єктів аграрного бізнесу. Їх розмаїття та низький рівень прогнозованості обумовлює потребу в розробці сучасного, обґрунтованого, різноманітного та дієвого методологічного, методичного та практичного інструментарію забезпечення організаційно-правової безпеки суб'єктів аграрного бізнесу, що потребує здійснення

комплексного аналізу рівня організаційно-правової безпеки суб'єктів аграрного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми питання встановлення рівня організаційно-правової безпеки суб'єктів аграрного бізнесу досліджували у своїх працях багато вчених, зокрема: Бучко І. Є [1], Гнатієнко Г. М., Снитюк В. Є. [2], Грунин О. А., Грунин С. О. [3], Діденко Є. О. [4], Дьяченко О. А., Артеменко А. П. [5], Користін О., Барановський О., Герасименко А. [6], Иванов А. Р., Шлыков В. А. [7], Ильяшенко С. Н. [8], Колісніченко П. Т. [9], Коробчинський О.А. [10], Литвак Б. Г. [11], Мишин В.М. [12] та інші. Проте, зазначена проблема потребує більш повного та детального вивчення

Формулювання цілей статті. В ході проведення дослідження необхідно: встановити особливості найбільш поширених організаційно-правових форм господарювання суб'єктів аграрного бізнесу; здійснити аналіз сукупності аграрних підприємств з метою оцінювання сфер організаційно-правової безпеки; здійснити розподіл досліджуваних суб'єктів аграрного ринку за результатами кваліметричної моделі оцінки складових організаційно-правової безпеки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Здійснення аналізу рівня організаційно-правової безпеки аграрних підприємств потребує визначення типів організаційно-правових форм їх діяльності. В літературі дуже часто зустрічається наступне визначення цього поняття. Організаційно-правова форма аграрного виробництва – «це економічно відокремлений і господарсько-самостійний юридично визнаний вид організації виробничої діяльності, що характеризується змістом використання певної форми власності та відповідними економічними взаємовідносинами, способами здійснення виробництва та його структурою» [1, с. 17].

Необхідно відзначити, що суб'єкти аграрного бізнесу мають можливість самостійно обирати для себе організаційно-правову форму. У вітчизняній практиці сільськогосподарські товаровиробники використовують наступні організаційно-правові форми: державне сільськогосподарське підприємство, іноземне сільськогосподарське підприємство, казенне сільськогосподарське підприємство, дочірнє сільськогосподарське підприємство, приватне сільськогосподарське підприємство, комунальне сільськогосподарське підприємство, виробничий сільськогосподарський кооператив, сільськогосподарське акціонерне товариство, сільськогосподарське товариство з додатковою відповідальністю, сільськогосподарське товариство з обмеженою

відповідальністю, командитне сільськогосподарське товариство, фермерське господарство, об'єднання сільськогосподарських підприємств у формі асоціацій, холдингів, корпорацій) тощо.

Розглянемо особливості господарювання суб'єктів аграрного бізнесу найбільш поширених організаційно-правових форм. З метою дослідження розповсюдженості окремих організаційно-правових форм серед суб'єктів аграрного бізнесу варто здійснити аналіз структури їх представлення, використовуючи дані Полтавської області. На рис. 1. представлено структуру організаційно-правових форм суб'єктів аграрного бізнесу досліджуваного регіону.



Рис. 1. Структура організаційно-правових форм суб'єктів аграрного бізнесу

З проведених розрахунків очевидним лідером виступає товариство з обмеженою відповідальністю, оскільки цю організаційно-правову форму мають 52 % суб'єктів аграрного бізнесу що обумовлено більш доступною формою розподілу отриманих прибутків від діяльності та обсягом відповідальності виключно в межах вартості власних вкладів. На другому місці знаходиться приватне підприємство, але кількість цих суб'єктів вдвічі менше ніж товариства з обмеженою

відповідальністю. Значно менше представлена форма фермерських господарств, де кількість суб'єктів господарювання становить 12 %, що свідчить про відсталість розвитку даної форми у сільському господарстві у порівнянні з приватними. Всі інші форми займають не більше 3-х % в загальній кількості. Найменш розвинутою організаційно-правовою формою виступає приватне та публічне акціонерне товариство, що свідчить про відсутність розвинутої культури управління на основі виокремлених пайових внесків, закріплених акціями, в галузі у порівнянні з іншими сферами національної економіки. Це не дозволяє підприємствам виступати активними учасниками фондового ринку та залучати додаткові кошти для розвитку. З іншого боку, це значно звужує кількість учасників, які мають відношення до управління суб'єктом господарювання, що значно зменшує коло зацікавлених сторін і знижує кількість загроз організаційно-правовій безпеці.

Також у структурі суб'єктів аграрного бізнесу представлено декілька дочірніх підприємств, комунальних, науково-виробничих підприємств та товариств з додатковою відповідальністю, що свідчить про невластивість цих форм зазначеній галузі.

Відносно посівної площі, яку обробляють групи суб'єктів аграрного бізнесу, представлено такий аналіз (рис. 2).

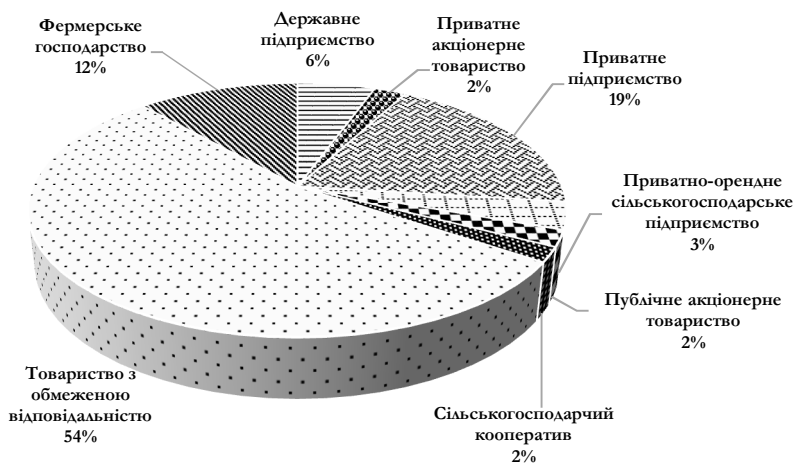


Рис. 2. Структура розподілу посівної площі серед суб'єктів аграрного бізнесу за організаційно-правовими формами

Як видно з діаграми існує відповідність між представленням товариств з обмеженою відповідальністю та долею оброблюваних земель. Питома вага оброблюваних земель державними підприємствами перевищує їх роль в структурі. В цілому існує відповідність між цими ознаками, що відображає рівномірність розподілу землі як основного ресурсу серед суб'єктів різних організаційно-правових форм господарювання.

Представлений аналіз результативності діяльності за показниками виручки від реалізації продукції в цілому по групі та в середньому на підприємство (рис. 3) свідчить, найбільший обсяг мають товариства з обмеженою відповідальністю, що відповідає загальній структурі ринку.

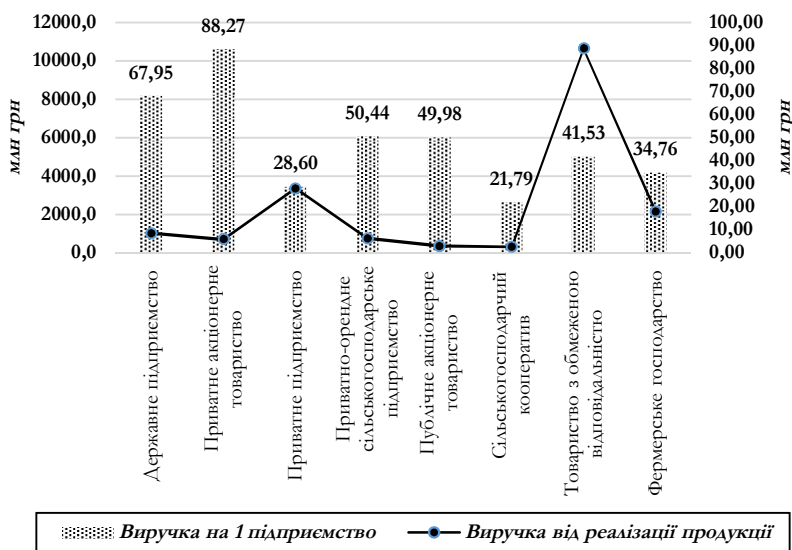


Рис. 3. Показники діяльності за групами підприємств в залежності від організаційно-правових форм

Натомість в розрахунку на одне підприємство найбільшими за обсягом реалізації є приватні акціонерні товариства, на другому місці знаходяться державні підприємства, на третьому – приватно-орендні сільськогосподарські підприємства та публічні акціонерні товариства, на четвертому – товариства з обмеженою відповідальністю. Їм поступають фермерські господарства. Найменший обсяг демонструють сільськогосподарські кооперативи, що дозволяє їх разом

з приватними підприємствами розглядати як найменші серед всіх організаційно-правових форм за масштабом.

На рис. 4 представлено середній рівень рентабельності прибуткових підприємств в обраних групах та їх питома вага.

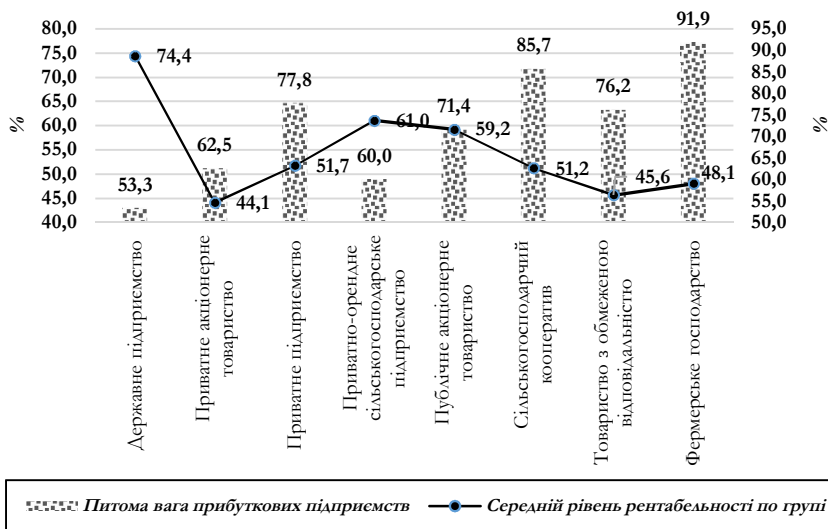


Рис. 4. Показники результативності діяльності по групах суб'єктів аграрного бізнесу

Отримані результати дозволяють стверджувати, що за питомою вагою прибуткових підприємств в лідерах знаходиться фермерські господарства із рівнем 92 %, їм поступаються сільськогосподарські кооперативи, значення за якими становить 85,7 %. На третьому місці із подібними значеннями знаходяться приватне підприємство та товариство з обмеженою відповідальністю: 77,8 % та 76,2 % відповідно.

Значно нижчі показники у приватних акціонерних товариств та приватно-орендних. Найгірші показники за групою у державних підприємств. За середнім значенням рентабельності по групі серед прибуткових підприємств, навпаки, в лідерах знаходяться державні підприємства, що цілком пояснюється їх невеликою кількістю в групі. Достатньо високий рівень у приватно-орендних сільськогосподарських підприємств – 61 %. Близьке значення в групі публічних акціонерних товариств – 59,2 %. Найнижчі показники в групі приватних акціонерних товариств та найчисельнішій групі товариств з обмеженою

відповідальністю. Достатньо високий рівень рентабельності свідчить про успішність здійснення діяльності суб'єктами господарювання досліджуваної галузі, що опосередковано відображає прийнятний рівень економічної безпеки. В цілому можна стверджувати, що серед суб'єктів аграрного бізнесу домінуючою організаційно-правовою формою господарювання є товариство з обмеженою відповідальністю, що дозволяє в ході розробки заходів забезпечення організаційно-правової безпеки орієнтуватися саме на цю форму ведення бізнесу. Варто звернути увагу на найвищий рівень питомої ваги прибуткових підприємств серед фермерських господарств, враховуючи що найчастіше вони створюються та управляються самостійно підприємцем або його сім'єю, що свідчить про існування найтісніших зв'язків між інтересами, потребами та цінностями учасників. Цей результат опосередковано підтверджує тезу про необхідність побудови концепції управління організаційно-правовою безпекою на засадах управління стейкхолдерами.

З метою оцінювання сфер організаційно-правової безпеки необхідно здійснити аналіз сукупності аграрних підприємств, які було обрано за подібністю організаційно-правової форми господарювання, обсягом реалізації продукції та складності організаційної структури.

Для ранжування компонентів складових організаційно-правової безпеки доцільно провести порівняння їх вагомості, використовуючи експертний підхід. Кількість потрібних експертів з відповідним рівнем похибки розраховується за формулою [11; 12]:

$$N_{min}=0,5\times\left(\frac{3}{\lambda}+0,5\right), \quad (1)$$

де λ – можлива помилка результатів експертизи ($0 < \lambda < 1$).

Достатнім рівнем приймемо 5 % – відповідно кількість потрібних експертів становитиме:

$$N_{min}=0,5\times\left(\frac{3}{0,05}+0,5\right)=30,25 \text{ або } 30 \text{ осіб} \quad (2)$$

В результаті проведеного опитування було отримано такі результати порівняно вагомості компонентів організаційної складової організаційно-правової безпеки (табл. 1).

Формула розрахунку коефіцієнта конкордації представлена у роботі [2]:

$$W=\frac{12\times S}{m^2\times(n^3-n)-m\sum_{i=1}^m T_i} \quad (3)$$

$$T_i=\sum_{l=1}^L (l_l^3-t_l) \quad (4)$$

$$S = \sum_{i=1}^n \left(\sum_{j=1}^m a_{ij} - a \right)^2 \quad (5)$$

де m – число експертів у групі;

n – число критеріїв;

S – сума квадратів різниць рангів (відхилень від середнього);

a – середня сума рангів, що призначена даному критерію усіма експертами;

a_{ij} – оцінка m -м експертом n -го критерію;

L – кількість груп зв'язаних рангів;

t_l – кількість зв'язаних рангів в кожній групі.

Таблиця 1

Визначення вагомості компонентів організаційної складової організаційно-правової безпеки суб'єктів аграрного бізнесу

Критерії оцінки чинників зовнішнього середовища		Ефективність організаційної структури	Ієрархія влади	Система делегування повноважень	Система мотивації	Число однакових значень рангів (те)	Сума
Експерти	1	3	4	2	1		
	2	4	4	2	1	(2 ³ -2)	6
	3	4	3	2	1		
	4	4	3	2	2	(2 ³ -2)	6
	5	3	4	2	1		
	6	4	4	2	1	(2 ³ -2)	6
	7	4	3	2	2	(2 ³ -2)	6
	8	3	4	2	1		
	9	4	3	2	1		
	10	4	4	2	1	(2 ³ -2)	6
	11	4	3	2	2	(2 ³ -2)	6
	12	3	4	2	1		
	13	4	4	2	1	(2 ³ -2)	6
	14	4	3	2	1		
	15	3	4	2	1		
	16	4	3	2	2	(2 ³ -2)	6
	17	4	3	2	1		
	18	3	4	2	1		
	19	4	4	2	1	(2 ³ -2)	6
	20	4	3	2	2	(2 ³ -2)	6
	21	4	3	2	2	(2 ³ -2)	6
	22	4	3	2	1		
	23	3	4	2	1		
	24	4	3	2	2	(2 ³ -2)	6
	25	4	3	2	1		
	26	3	4	2	1		
	27	4	4	2	1	(2 ³ -2)	6
	28	4	3	2	2	(2 ³ -2)	6
	29	3	4	2	1		
	30	4	3	2	2	(2 ³ -2)	6
$\sum_{j=1}^m R_{ij}$		111	105	60	39		90

За результатами аналізу коефіцієнт конкордації становить 83,2 %. Отримане значення коефіцієнта конкордації дозволяє стверджувати про сильний зв'язок між думками експертів відносно ранжування компонентів. Аналогічно було проведено опитування щодо рівня вагомості компонентів правової безпеки.

За оцінками експертів рівень узгодженості їх думок склав 65 %, що свідчить про достатність рівня єдності бачення і дозволяє використати ці оцінки в подальшому аналізі.

Таким чином, формули розрахунку за кваліметричною моделлю набувають вигляду:

$$K_{OB} = (0,3524K_1 + 0,3333K_2 + 0,1905K_3 + 0,1238K_4)$$

$$K_{ГПБ} = (0,1253K_1 + 0,132K_2 + 0,1213K_3 + 0,2307K_4 + 0,2173K_5 + 0,1733K_6)$$

На основі проведеного оцінювання рівня кожного компоненту за розробленою кваліметричною моделлю на досліджуваних підприємствах та з врахуванням їх вагомості було розраховано інтегральні значення для кожної складової, що дозволило розмістити обрані суб'єкти аграрного бізнесу на матриці. Результати аналізу за обраними підприємствами представлено на рис. 5.

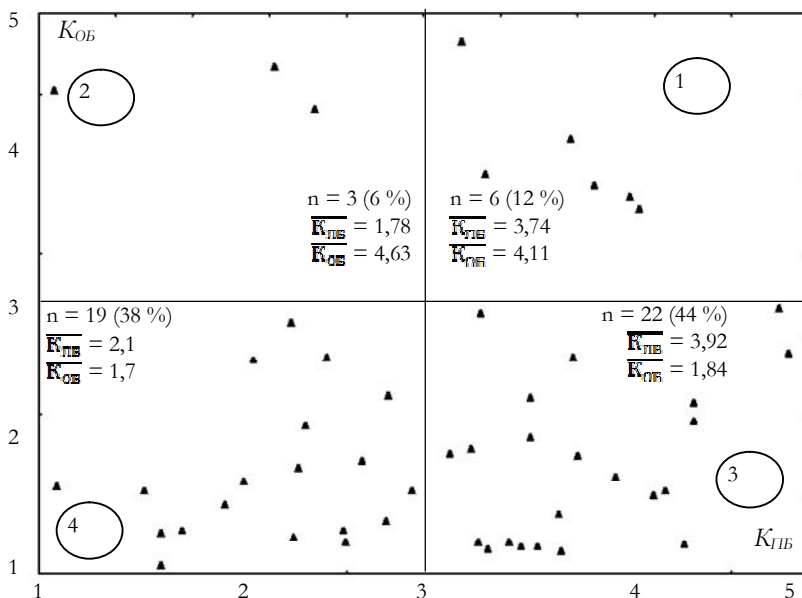


Рис. 5. Розподіл досліджуваних суб'єктів аграрного ринку за результатами кваліметричної моделі оцінки складових організаційно-правової безпеки

Висновки. В результаті проведеного дослідження підприємства було розміщено на чотирьох кластерах, кожний з яких відрізняється відповідним рівнем складових організаційно-правової безпеки. Підприємствам 1-го кластеру (стабільний стан) доцільно здійснювати виключно поточний моніторинг сфер як можливих джерел загроз, ставлячи акцент на зовнішніх некерованих небезпеках. Найнечисельніший 2-й (нестабільний стан в правовому розрізі) кластер відрізняється високим рівнем управління процесами у сферах організаційної безпеки, але має найнижчий середній рівень по правовій, що вимагає перегляду політик для недопущення обмеження свободи господарської діяльності. Найчисельніший виявився 3-й кластер (нестабільний стан в організаційному розрізі) з досить високим рівнем правової компоненти, але слабкою організаційною. На жаль, 38 % досліджуваних підприємств опинилися в кластері аутсайдерів (критичний стан), що дозволяє розглядати їх як таких, що знаходяться в зоні підвищеної небезпеки, де фактично всі сфери діяльності організаційно-правової безпеки знаходяться в критичному стані, та вимагають впровадження радикальних заходів.

Література.

1. **Бучко І. Є.** Ефективність господарювання аграрних підприємств різних організаційно-правових форм : монографія. Львів. : В-во Сполом, 2008. 160 с.
2. **Гнатієнко Г. М., Снитюк В. Є.** Експертні технології прийняття рішень : монографія. К., 2008. 444 с.
3. **Грунин О. А., Грунин С. О.** Экономическая безопасность организации. СПб. : Изд-во «Питер», 2002. 160 с.
4. **Діденко Є. О.** Управління економічною безпекою підприємства на основі формування стратегії його безпечного розвитку. *Формування ринкових відносин в Україні*. К. : НДЕІ, 2015. № 5 (168). С. 35-40.
5. **Дяченко О. А., Артеменко А. П.** Економічна безпека інноваційно-орієнтованих підприємств в умовах євроінтеграції. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2015. № 12. С. 173-180.
6. Економічна безпека: навчальний посібник / **О. Користін, О. Барановський, А. Герасименко** та ін.; за ред. **О. Джужі**. К. : Алерта; КНТ; Центр учбової літератури, 2010. 368 с.
7. **Іванов А. Р., Шльков В. А.** Экономическая безопасность предприятия. М.: Выраж-центр, 1995. 265 с.
8. **Ильяшенко С. Н.** Составляющие экономической безопасности предприятия и подходы к их оценке. *Актуальні проблеми економіки*. 2003. № 3(21) С. 12-19.

9. **Колісниченко П. Т.** Науково-методичні підходи до оцінки рівня економічної безпеки підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 16. С. 38-44.

10. **Коробчинський О.А.** Методика формування системи економічної безпеки підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. № 4(94). 2009. С. 41-45.

11. **Литвак Б. Г.** Экспертные оценки и принятие решений. М. : Патент, 1996. 298 с.

12. **Мишин В.М.** Исследование систем управления: учебник для ВУЗов. 2-е изд., стереотип. М. : Юнити-ДАНА, 2015. 527 с.

References.

1. **Buchko I.E.** (2008). *Efektivnist' hospodaryuvannya agrarnykh pidpryyemstv riznykh orhanizatsiyno-pravovykh form* [Efficiency of management of agricultural enterprises of different organizational and legal forms]. Lviv: V-vo Spolom, p. 160 [in Ukrainian].

2. **Gnatienco G.M., & Snityuk V.E.** (2008). *Eksperetni tekhnolohiyi pryynyattya risben'* [Expert decision-making technologies]. Kyiv, p. 444 [in Ukrainian].

3. **Grunin O.A., & Grunin S.O.** (2002). *Ekonomicheskaya bezopasnost' organizatsii* [Economic security of the organization]. Saint-Petersburg: Publishing house «Piter», p. 160 [in Russian].

4. **Didenko E.A.** (2015). *Upravlinnya ekonomichnoyu bezpekoyu pidpryyemstva na osnovi formuvannya stratehiyi yoho bezpechnoho rozvytku* [Management of economic security of the enterprise on the basis of formation of strategy of its safe development]. *Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukraini – Formation of market relations in Ukraine*, no. 5(168), pp. 35-40 [in Ukrainian].

5. **Dyachenko A.A., & Artemenko L.P.** (2015). *Ekonomichna bezpeka innovatsiyno-oriyentovanykh pidpryyemstv v umovakh yevrointehratsiyi* [Economic security of innovation-oriented enterprises in the conditions of European integration]. *Ekonomichnyy visnyk NTUU «KPI» – Economic Bulletin of NTUU «KPI»*, no. 12, pp. 173-180 [in Ukrainian].

6. **Koristin O., Baranovsky O., Gerasimenko L.** et al. (2010). *Ekonomichna bezpeka* [Economic security]. **O. Giuzhi** (Ed.). Kyiv: Alerta; CST; Center for Educational Literature, p. 368 [in Ukrainian].

7. **Ivanov A.R., & Shlykov V.A.** (1995). *Ekonomicheskaya bezopasnost' predpriyatiya* [Economic security of the enterprise]. Moscow: Virage Center, p. 265 [in Russian].

8. **Ilyashenko S.N.** (2003). *Sostavlyayushchiye ekonomicheskoy bezopasnosti predpriyatiya i podkhody k ikh otsenke* [Components of economic security of the enterprise and approaches to their assessment]. *Aktual'ni problemi yekonomiki – Actual problems of the economy*, no. 3(21), pp. 12-19 [in Russian].

9. **Kolisnichenko P.T.** (2017). *Naukovo-metodychni pidkhody do otsinky rivnya ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstva* [Scientific and methodological approaches to the assessment of the level of economic security of the enterprise]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid – Investment: practice and experience*, no. 16, pp. 38-44 [in Ukrainian].

10. **Korobchinsky O.L.** (2009). *Metodyka formuvannya systemy ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstva* [Methods of formation of the enterprise economic security system]. *Aktual'ni problemy ekonomiky – Actual problems of the economy*, no. 4(94), pp. 41-45 [in Ukrainian].

11. **Litvak B.G.** (1996). *Ekspertnyye otsenki i prinyatiye resheniy* [Expert assessments and decision making]. Moscow: Patent, p. 298 [in Russian].

12. **Mishin V.M.** (2015). *Issledovaniye sistem upravleniya* [The study of control systems]. 2d. ed. Moscow: Unity-DANA, p. 527 [in Russian].

Анотація.

Сьомич М.І. **Аналіз рівня організаційно-правової безпеки суб'єктів аграрного бізнесу.**

В статті розглянуті та детально вивчені особливості господарювання суб'єктів аграрного бізнесу найбільш поширених організаційно-правових форм в Україні. Проведено аналіз структури представлення суб'єктів аграрного бізнесу, з метою дослідження розповсюдженості окремих організаційно-правових форм. Встановлено відповідність між організаційно-правовою формою та часткою в структурі оброблюваних земель. З метою оцінювання сфер організаційно-правової безпеки здійснено аналіз сукупності аграрних підприємств, які було обрано за подібністю організаційно-правової форми господарювання, обсягом реалізації продукції та складності організаційної структури. Для ранжування компонентів складових організаційно-правової безпеки проведено порівняння їх вагомості, використовуючи експертний підхід. Здійснено розподіл досліджуваних суб'єктів аграрного ринку за результатами кваліметричної моделі оцінки складових організаційно-правової безпеки. В результаті проведеного дослідження підприємства було розміщено на чотирьох кластерах, кожний з яких відрізняється відповідним рівнем складових організаційно-правової безпеки.

Ключові слова: організаційно-правова безпека, організаційно-правові форми, суб'єкти аграрного бізнесу, результативність діяльності підприємства.

Аннотация.

Сьомич Н.И. **Анализ уровня организационно-правовой безопасности субъектов аграрного бизнеса.**

В статье рассмотрены и детально изучены особенности хозяйствования субъектов аграрного бизнеса наиболее распространенных организационно-правовых форм в Украине. Проведен анализ структуры представления субъектов аграрного бизнеса, с целью исследования распространенности отдельных организационно-правовых форм. Установлено соответствие между организационно-правовой формой и долей в структуре обрабатываемых земель. С целью оценки сфер организационно-правовой безопасности был осуществлен анализ совокупности аграрных предприятий, выбранных по сходству организационно-правовой формы хозяйствования, объемах реализации продукции и сложности организационной структуры. Для ранжирования компонентов составных частей организационно-правовой безопасности проведено сравнение их весомости, используя экспертный подход. Осуществлено распределение исследуемых субъектов аграрного рынка по результатам кваліметрической модели оценки составляющих организационно-правовой

безпеки. В результаті проведеного дослідження підприємства були розміщені на чотирьох кластерах, кожен з яких відрізняється відповідним рівнем складових організаційно-правової безпеки.

Ключевые слова: організаційно-правова безпека, організаційно-правові форми, суб'єкти аграрного бізнесу, результативність діяльності підприємства.

Abstract.

S'omych M.I. Analysis of the level of legal certainty of agrarian business entities.

The article deals with and studies in detail the management of agricultural business entities of the most common legal forms in Ukraine. The structure of representation of subjects of agrarian business is analyzed in order to study the prevalence of particular organizational and legal forms. The correspondence between the organizational form and the share in the structure of arable land is established. In order to evaluate the areas of organizational and legal security, an analysis of the set of agricultural enterprises was carried out, which was selected by the similarity of the organizational and legal form of management, the volume of sales of products and the complexity of the organizational structure. To rank the components of organizational and legal security components, a comparison of their weight was carried out, using an expert approach. The research subjects of the agrarian market were distributed according to the results of the qualimetric model of evaluation of the components of the organizational and legal security. As a result of the conducted research the enterprise was placed on four clusters, each of which differs in the corresponding level of constituents of organizational and legal security.

Key words: organizational and legal security, organizational and legal forms, subjects of agrarian business, efficiency of enterprise activity.

УДК 339.564

**МІСЦЕ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА
В ЕКОНОМІЧНОМУ ПОТЕНЦІАЛІ КРАЇНИ**

**ХАНЬ СІНЬМЕНЬ, ЗДОБУВАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. На протязі багатьох років незалежності нашої держави було сформовано експорто-орієнтовану модель розвитку національної економіки, при чому за такої моделі стратегічна роль експортної політики полягає в тому, що вона має стати основним засобом сприяння економічному зростанню та

основним наявним інструментом мобілізації вже існуючих та потенційних конкурентних переваг. Останнє є можливим лише через подолання внутрішньонаціональних недоліків та досягнення результатів провідних розвинених країн світу за основними макроекономічними параметрами.

Вступ України до Світової організації торгівлі відкриває для вітчизняних, зокрема, й підприємств агропромислового виробництва, нові потенційні ринки збуту, що, в свою чергу, є передумовою збільшення можливих експортних обсягів. На сьогодні, близько 70% міжнародного товарообігу аграрної продукції у вартісному виразі припадає на готову до споживання продукцію і лише третина – на товари, які є сільськогосподарською сировиною для подальшої переробки. При цьому світові тенденції вимагають збільшення можливостей виробництва та подальшого експорту саме готової продукції і, тим самим, одночасного зменшення частки сільськогосподарської сировини в міжнародній торгівлі.

У структурі вітчизняного аграрного експорту від міжнародних перспективних напрямів розвитку ситуація є повністю протилежною. Переважна більшість експортованих товарів сільськогосподарського походження представлені у вигляді сировини та продукції низького рівня переробки. Тому, за таких умов особливе загострення актуальної проблеми призводить до вивчення питань розвитку й диверсифікації аграрного експортного потенціалу країни. При чому особливості та результати вирішення даного питання визначатимуть не лише масштаби, а й ефективність участі України на міжнародних ринках в умовах посилення глобалізації світового господарства, загалом. Останнє, на нашу думку, має позитивним чином впливати на динамічність та пропорційність ефективного розвитку не лише аграрного виробництва, а й на національної економіки країни в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Формування та реалізація експортно-орієнтованого потенціалу країни є складним й багатоаспектним поняттям, що охоплює не лише внутрішньоекономічні складові й фактори різного векторного напрямку, а й їх зовнішньоекономічні чинники. Дослідженню аспектів даного питання на різних рівнях присвячені наукові праці багатьох, як зарубіжних, так і вітчизняних вчених-економістів, зокрема, П. Самуельсона, Л. Антонюк, Ю. Кіндзерського В. Гейця, В. Семиноженка, Б. Кваснюка, М. Поручник, Д. Лук'яненка, Т. Скорнякової, Т. Циганкової та ін. Питаннями експортного потенціалу займалися: Л.І. Абалкін, Т. О. Бабан [1], В.М. Капцін, Г. Б. Крушніцька, П. Ліндерт,

Т. Мельник [2], П. Самуельсон [3], М. Е. Сейфуллаєва, П. П. Стичишин, Н.М. Тюріна та Є. О. Шелест [4], С. П. Івашук [5], Ф. В. Зінов'єв, О. О. Якушев [6], В. В. Дружиніна та А. В. Різніченко [7] тощо.

Однак до цього часу все ж таки залишаються недостатньо дослідженими окремі проблемні питання, пов'язані із особливостями та сутністю понятійного апарату даного дослідження, зокрема, таких категорій, як експортний потенціал країни, та аграрний експортний потенціал, зокрема. Також, на разі, не існує єдиної думки щодо методології та методики оцінки аграрного експортного потенціалу країни, а також взаємозв'язків з показниками конкурентоспроможності країни. Враховуючи останнє, в даному дисертаційному дослідженні здійснено спробу поглиблення аналізу даних питань, при чому слід також приділити увагу аналізу вітчизняного аграрного експорту, як основної форми при реалізації експортного потенціалу країни та обґрунтуванню пропозицій щодо його подальшого розвитку.

Формулювання цілей статті. Уточнити місце експортного потенціалу підприємств агропромислового виробництва в економічному потенціалі країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Загалом, експорт слід розглядати як вивіз за межі країни товарів для подальшої їх реалізації на зовнішніх ринках або як обсяг та вартість товарів, вивезених за кордон.

Однак, розглядаючи експорт як один з вагомих чинників впливу на національне економічне зростання та інтеграцію країни у світове господарство, то він набуває ознак потенціалу, зокрема, прихованої здатності забезпечувати досягнення поставленої мети та вирішення певної проблеми суспільного розвитку. Така дуалістичність погляду на сутність поняття експортного потенціалу має важливе значення для поглиблення методологічних основ та напрямів його розвитку, підвищення можливостей позитивного впливу на розвиток національної економіки країни загалом. П. Самуельсон більш просто визначав сутність експорту, як обсяг продукції, що виробляється всередині країни та реалізується за її межі [3].

Сутність експортного потенціалу також слід розглядати через призму нормативно-правових актів щодо регулювання зовнішньоекономічної діяльності країни. Відповідно до Закону України «Про державне регулювання зовнішньоторговельної діяльності», експорт товарів слід визначати як вивіз товарів з митної території України без урахування зобов'язань щодо зворотного ввезення.

Аналогічне розуміння експорту подане в Митному кодексі України, але з уточненням режиму. Так, експорт – це митний режим, відповідно до якого товари вивозяться за межі митної території України для вільного обігу без зобов'язань про їх повернення на вказану територію та без встановлення умов по їх використанню за межами території України. Але вказане визначення наголошує, насамперед, на забезпеченні потреб населення, розвитку не лише виробничої сфери, але й сфери споживання [8]. Це, в першу чергу, пов'язано з процесами реалізації товарів, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Тому, ми вважаємо, що є всі підстави визначити експортний потенціал країни, як частину національного економічного потенціалу, тобто як його важливу складову. Також слід відзначити, що дана теза відображає можливість національної економічної системи інтеграції з міжнародним економічним простором, що, на сьогоднішній день, є одним з актуальних векторів розвитку для нашої країни. За таких умов експортний потенціал охоплює всі найбільш агреговані елементи.

Тлумачення експортного потенціалу у науковців різняться, але в кожному з визначень все одно присутні спільні ознаки. Так, деякі вчені під експортним потенціалом країни розуміють спроможність всього сукупного виробництва в цілому виробляти необхідний обсяг конкурентоспроможної продукції для збуту на зовнішніх ринках [9]. На нашу думку, дане трактування має загальний характер, у зв'язку з чим постає багато питань та уточнень, особливо при його віднесенні до галузевої специфіки.

На думку М. Сейфуллаєвої та В. Капіцина, експортний потенціал слід розглядати як ресурсно-сировинну базу країни та стан її економіки загалом, що забезпечує промисловий, науково-технологічний, культурний та соціальний її розвиток. Це дозволяє досягати стійких темпів зростання експорто-орієнтованого виробництва і вищого рівня життя населення через врахування існуючих та прогнозованих умов функціонування зовнішнього ринку [10]. В. Михайловський визначає експортний потенціал держави як головний потенційний ресурс підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності, загалом. На його думку, експортний потенціал певної території слід розглядати як систему кількісних та якісних показників, що характеризують країну з позиції її закріплення на міжнародних товарних ринках, а також як інструмент отримання максимального доходу у довгостроковій перспективі [11].

Загалом, експортний потенціал можна визначити конкурентоспроможністю на світовому ринку вироблених товарів і

послуг, а також можливостями використання трудових, технологічних, природних та інших ресурсів країни у структурі міжнародних коопераційних зв'язків.

Ряд інших закордонних авторів визначають експортний потенціал країни, як потенційну можливість експортувати існуючі продукти. При цьому експортний потенціал підприємств розглядають, як динамічну складову національного економічного потенціалу, при чому організаційно-технічна структура останнього підпорядковується цілям та місії підприємств з урахуванням дії факторів зовнішнього середовища й внутрішнього становища, а також забезпечує стабільні обсяги реалізації за встановленим рівнем рентабельності на міжнародних ринках.

Особлива увага також приділяється проблемам розвитку експортного потенціалу у працях вітчизняних вчених, причому визначення даної категорії також пов'язується з різними за рівнями суб'єктами економіки – країною у цілому, регіонами, галузями чи видами діяльності, окремими підприємствами, а також із конкурентоспроможністю товарів чи конкурентними перевагами.

Отже, з наведених тлумачень експортного потенціалу країни можна зробити наступні узагальнення. По-перше, формування експортного потенціалу притаманне економічним суб'єктам на всіх рівнях – підприємства, галузі чи види діяльності, національна економіка та регіони всередині країни, тобто всіх суб'єктів, які реалізують даний потенціал через розвиток зовнішньої торгівлі (експорту). Тобто експортний потенціал країни формується з експортних потенціалів окремих підприємств, галузей та секторів, як найважливіших продуцентів товарів, при чому слід відзначити, що за даних умов експортний потенціал галузі є сукупністю експортних потенціалів окремих підприємств. По-друге, формування експортного потенціалу об'єктивно пов'язано з рівнем конкурентоспроможності товарів, що призначені для реалізації на міжнародних ринках. Враховуючи, що конкурентоспроможність країни має трирівневу структуру (країна – галузь – окреме підприємство), можна стверджувати про тісний взаємозв'язок між підвищенням рівня конкурентоспроможності вітчизняних товарів на міжнародних ринках та ефективним розвитком експортного потенціалу національної економіки країни.

Взаємозв'язок між потенціалом національної економіки, що представляє собою можливість виробляти продукцію, яка користується попитом, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, та конкурентоспроможністю економіки країни простежується у працях

багатьох авторів. Так, наприклад, В. Новицький розглядає конкурентоспроможність національної економіки, як інтегровану категорію, яка включає здатність виробляти продукцію, що користується попитом на міжнародних ринках, можливість залучення іноземних капіталів через сприятливий підприємницький клімат, привабливість національної території, наявність висококваліфікованих фахівців. А. Гальчинський, В. Гесць, А. Кінах, В. Семиноженко визначають конкурентоспроможність через здатність національної економіки країни виробляти і споживати продукцію в умовах конкуренції з іншими країнами, при цьому результатом конкуренції повинно стати зростання рівня життя суспільства та дотримання міжнародних економічних стандартів. В економічній енциклопедії конкурентоспроможність країни подається як здатність економіки однієї країни конкурувати з економікою інших через продуктивне використання національних ресурсів, підвищення ефективності народного господарства і забезпечення на даній основі постійно зростаючого рівня життя у країні.

Таким чином, поняття конкурентоспроможності країни можна співвідносити з сучасним трактуванням експортного потенціалу країни. Узагальнюючи численні тлумачення експортного потенціалу та конкурентоспроможності, на нашу думку, слід викласти авторське розуміння даних категорій та їх взаємозв'язку, що найбільш повно відповідає даному дисертаційному дослідженню. Так, експортний потенціал є самостійною підсистемою зовнішньоекономічної діяльності країни, метою функціонування якої є забезпечення високого рівня конкурентоспроможності країни через наявні та потенційні конкурентні переваги національної продукції та збільшення її присутності на міжнародних ринках.

Визначаючи сутність національної конкуренто-спроможності, як стійкого стану економіки країни або складових (галузей чи окремих підприємств) на внутрішньому і зовнішньому ринках, О. Шнипко наголошує на взаємозв'язку та дії економічних, соціальних й політичних факторів.

Тобто, рівень конкурентоспроможності країни слід оцінювати за сукупністю притаманних умовам конкретних національних економік чинників, що спроможні забезпечувати пропозицію товарів, які є прийнятними для світової торгівлі за співвідношенням двох основних показників – ціна та якість. Наслідком дії даної сукупності факторів повинно стати зростання обсягів виробництва продукції, рівня зайнятості та тим самим – доходів, а також зміцнення позицій

національної економіки країни на міжнародних ринках. Чинники, що впливатимуть на конкурентоспроможність національної економіки країни, діятимуть і на розвиток експортного потенціалу також.

З метою характеристики зазначених чинників слід їх поділити на внутрішні й зовнішні. Експортний потенціал країни має двоєдину природу через те, що базується не лише на національному підході до розуміння можливостей виробництва, а й на врахуванні конкурентних умов міжнародного ринку через реалізацію вироблених експортоорієнтованих товарів. Через це до внутрішніх факторів слід віднести, в першу чергу, ресурсний та сировинний потенціали країни, можливості виробництва і кадрове забезпечення; науковий рівень; інвестиційний та інноваційний потенціали; нормативну і законодавчу бази та діяльність основних державних установ.

Зовнішні фактори представляють собою чинники ринкової дії, тобто місткість та кон'юнктура на об'єктових ринках, умови конкуренції на них та інституціональний чинник, як система міжнародних інститутів з координації торговельних потоків.

До внутрішнього середовища механізму формування експортного потенціалу країни доцільним буде включити також її соціально-культурний потенціал. На нашу думку, він є ключовим середовищем формування людського капіталу – фізичного здоров'я, високого освітнього та культурного рівня, професійних навичок, які зорієнтовані на висококваліфіковану працю тощо. Справедливим є твердження, що соціально об'єднане суспільство визначених вище працівників в межах окремої країни створює величезний людський капітал і позитивно впливає на загальний рівень конкурентоспроможності. Зовнішнє середовище, яке також здійснює вагомий вплив на формування експортного потенціалу країни, можна представити кон'юнктурою об'єктових ринків, які є більш пріоритетними для експортера, їх обсягами та умовами конкуренції.

Категоріально розглядаючи експортний потенціал з точки зору загального економічного потенціалу країни, її галузей та окремих підприємств, слід проаналізувати сутність останнього. Економічний потенціал являє собою здатність виробляти продукцію, задовольняти відповідні суспільні потреби в цілому, а також забезпечувати перспективний розвиток виробничої сфери загалом. На підставі останнього визначення більшість науковців наполягають на тому, що основним змістом національного економічного потенціалу країни є виробнича функція (рис. 1).

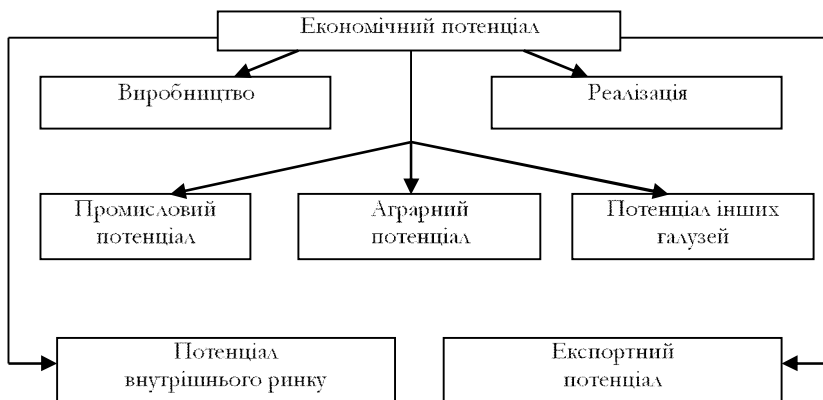


Рис. 1. Економічний потенціал країни за елементами

Проблеми формування та ефективної реалізації експортного потенціалу країни виникають на різних стадіях розвитку. Особливої актуальності вони набували в країнах в умовах трансформаційної економіки. В таких випадках реалізація власного напряму зовнішньоекономічної політики стає найважливішим чинником економічного та політичного самовизначення країни, а також її входження до світової системи торгівлі на правах рівноправного партнерства.

Що стосується існуючих взаємозв'язків, то слід відмітити, експортний потенціал країни, з одного боку, є однією зі складових її загального економічного потенціалу. В свою чергу, з точки зору внутрішнього розмежування, аграрний потенціал також є важливою його складовою. Таким чином механізм формування аграрного експортного потенціалу є особливою системою взаємопов'язаних складових щодо ефективного виробництва та реалізації вітчизняної аграрної продукції, як у вигляді готових товарів, так і у вигляді сільськогосподарської сировини, на міжнародних ринках.

Висновки. Завершуючи аналіз сутності експортного потенціалу країни та факторів, що впливають на його формування, слід відмітити, що експортний потенціал реалізується через фактичні обсяги зовнішньої торгівлі, саме в якій і проявляються конкурентні переваги національної економіки країни. Водночас експортний потенціал і зовнішня торгівля є інструментами просування національних інтересів у масштабах світового господарства та є індикаторами конкурентоспроможності товарів на міжнародних ринках.

Література.

1. **Бабан Т.О.** Сутність поняття «експортний потенціал» у економічній науці. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. № 2(18), Том. 2. Мелітополь: Люкс, 2012. С. 7-17.
2. **Мельник Т.** Експортний потенціал України: методологія оцінки та аналіз. *Міжнародна економічна політика*. 2008. № 8-9. С. 221–224.
3. **Самуэльсон П., Нордхауз В.** Экономика: пер. с англ. М.: БИНОМ, 1997. 487 с.
4. **Тюріна Н.М., Шелест Є.О.** Сутнісні характеристики експортного потенціалу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 4. Т. 3. С. 189-196.
5. **Іващук С.П.** Розвиток експортного потенціалу в сучасній інтеграційній стратегії України: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.02; Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». К.: 2011. 20 с.
6. **Зінов'єв Ф.В., Якушев О.О.** Ефективність використання експортного потенціалу України. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. № 2(18), Том 2. Мелітополь: Люкс, 2012. С. 401-410.
7. **Дружиніна В.В., Різніченко А.В.** Прогнозування експортного потенціалу машинобудівних підприємств з метою підвищення їхньої конкурентоспроможності. *Актуальні проблеми економіки*. № 7. 2010. С. 246-252.
8. Закон України «Про державне регулювання зовнішньоторговельної діяльності». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12>
9. Большой экономический словарь / под ред. **А.Н. Азриляна**. 7-е издание, доп. М.: Институт новой экономики, 2011. 1472 с.
10. **Сейфуллаева М.Э., Капицын В.М.** Экспортный потенциал российских регионов в условиях глобализации мировой экономики. *Регион*. № 3. 2006. С. 93-111.
11. **Михайловский В.П.** Формирование новой парадигмы развития внешнеэкономической деятельности региона. Автореф. дисс. на соискание научной степени доктора экономических наук: 08.00.05; Росс. экон. академия им. Плеханова. М., 2003. 20 с.

References.

1. **Baban T.O.** (2012). Sutnist' poniattia «eksportnyj potentsial» u ekonomichnij nauks [The essence of the concept of "export potential" in economic science]. *Zbirnyk naukovykh prats' Tavrijs'koho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho univertytetu (ekonomichni nauky) – Collection of scientific works of the Taurida State Agrotechnological University (Economic Sciences)*, No. 2 (18), Vol. 2. Melitopol': Liuks. pp. 7-17 [in Ukrainian].

2. **Mel'nyk T.** (2008). Eksportnyj potentsial Ukrainy: metodolohiia otsinky ta analiz [Export potential of Ukraine: valuation methodology and analysis]. *Mizhnarodna ekonomichna polityka. – International Economic Policy*, No. 8-9, pp. 221-224 [in Ukrainian].

3. **Samujel'son P., & Nordhaus V.** (1997). *Jekonomika [Economics]*. (Trans). Moscow: BINOM. p. 487 [in Russian].

4. **Tiurina N.M., & Shelest Ye.O.** (2009). Sutnisni kharakterystyky eksportnoho potentsialu [Essential characteristics of export potential]. *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu – Bulletin of the Khmelnytsky National University*, No. 4, Vol. 3, pp. 189-196 [in Ukrainian].

5. **Ivaschuk S.P.** (2011). Rozvytok eksportnoho potentsialu v suchasnij intehratsijnij stratchii Ukrainy [Development of export potential in the modern integration strategy of Ukraine]. *Abstract of dissertation of candidate of economic Sciences*. Kyiv, p. 20. [in Ukrainian].

6. **Zinov'iev F.V., & Yakushev O.O.** (2012) Efektyvnist' vykorystannia eksportnoho potentsialu Ukrainy [Efficiency of using the export potential of Ukraine]. *Zbirnyk naukovykh prats' Tavrijs'koho derzhavnoho ahrotekhnolohichnogo universytetu (ekonomichni nauky) – Proceedings of the Tavrda State Agrotechnological University (Economic Sciences)*, No. 2(18), Vol. 2. Melitopol': Liuks, pp. 401-410 [in Ukrainian].

7. **Druzhynina V.V., & Riznichenko L.V.** (2010). Prohnozuvannia eksportnoho potentsialu mashynobudivnykh pidpriemstv z metoiu pidvyschennia ikhn'oi konkurentospromozhnosti [Forecasting the export potential of machine-building enterprises in order to increase their competitiveness]. *Aktual'ni problemy ekonomiky – Actual problems of economy*, No. 7, pp. 246-252 [in Ukrainian].

8. Zakon Ukrainy «Pro derzhavne rehuliuвання zovnishn'otorhovel'noi diial'nosti» [Law of Ukraine «On State Regulation of Foreign Trade Activity»]. (n.d.). *zakon3.rada.gov.ua*. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12> [in Ukrainian].

9. **Azrilijana A.N.** (Ed.). (2011). *Bol'shoy jekonomicheskij slovar' [Great economic dictionary]*. 7d ed. Moscow: Institut novoj jekonomiki, p. 1472 [in Russian].

10. **Sejfullaeva M.Je., & Kapicyn V.M.** (2006). Jeksportnyj potencial rossijskikh regionov v uslovijah globalizacii mirovoj jekonomiki [Export potential of Russian regions in the conditions of globalization of the world economy]. *Region – Region*, No. 3, pp. 93-111 [in Russian].

11. **Mihajlovskij V.P.** (2003). Formirovanie novoj paradigmy razvitija vneshnejekonomicheskoi dejatel'nosti regiona [Formation of a new paradigm for the development of foreign economic activity of the region]. *Abstract of dissertation of candidate of economic Sciences*. Moscow, p. 20. [in Russian].

Анотація.

Синьмень Хань. Місце експортного потенціалу підприємств агропромислового виробництва в економічному потенціалі країни.

Стаття присвячена обґрунтуванню змісту експортного потенціалу агропромислового виробництва та визначенню його ролі в економічному потенціалі країни. Доведено, що формування експортного потенціалу притаманне суб'єктам всіх рівнів: підприємству, регіону, галузі, національній економіці. Відповідно потенціал вищого рівня ґрунтуються на потенціалах нижчих рівнів. Формування експортного потенціалу пов'язане з конкурентоспроможністю продукції, підприємства та галузі. Запропонована структура економічного потенціалу країни за елементами: визначено взаємозв'язок між економічним потенціалом країни, експортним потенціалом та аграрним потенціалом.

Ключові слова: експортний потенціал, аграрний потенціал, економічний потенціал, конкурентоспроможність, чинники, агропромислове виробництво, експорт.

Аннотация.

Синьмень Хань. Место экспортного потенциала предприятий агропромышленного производства в экономическом потенциале страны.

Статья посвящена обоснованию содержания экспортного потенциала агропромышленного производства и определению его роли в экономическом потенциале страны. Доказано, что формирование экспортного потенциала присуще субъектам всех уровней: предприятию, региону, отрасли, национальной экономике. Соответственно потенциал высшего уровня основываются на потенциалах низших уровней. Формирование экспортного потенциала связано с конкурентоспособностью продукции, предприятия и отрасли. Предложенная структура экономического потенциала страны по элементам: определена взаимосвязь между экономическим потенциалом страны, экспортным потенциалом и аграрным потенциалом.

Ключевые слова: экспортный потенциал, аграрный потенциал, экономический потенциал, конкурентоспособность, факторы, агропромышленное производство, экспорт.

Abstract.

Han Ximmeng. The place of the export potential of agricultural enterprises in the economic potential of the country.

The article is devoted to the substantiation of the export potential content of agricultural production and the determination of its role in the economic potential of the country. It is proved that formation of export potential is inherent in subjects of all levels: enterprise, region, industry, national economy. Accordingly, the potential of the higher level is based on the potentials of the lower levels. The formation of export potential is associated with the competitiveness of products, enterprises and industries. The structure of the country's economic potential by elements has been proposed: the relationship between the country's economic potential, export potential and agricultural potential is determined.

Key words: export potential, agricultural potential, economic potential, competitiveness, factors, agricultural production, export.

МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

***МАНДИЧ О.В., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІАБСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сучасний етап розвитку підприємств в будь-якій галузі вимагає від їх системи менеджменту постійного розвитку відповідно до вимог наявного та постійно змінюваного ринкового середовища. Не виключенням також є аграрні підприємства – основні господарюючі суб'єкти сфери вітчизняного аграрного виробництва. За таких умов актуальності набувають питання не лише підвищення ефективності діяльності господарюючих суб'єктів ринку, а їх результативності. Одночасно через компоненти результативності можливим є виокремлення системи менеджменту підприємства, яка й є посднуєючою ланкою між їх виробничою та комерційною системами. При цьому кооперативне застосування ієрархічних зв'язків дозволяє посднувати не тільки окремі інструменти управління з виробничою діяльністю, а її застосувати комплекс маркетингу.

Маркетинг на підприємстві проявляється через одночасне та систематичне посднання товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики. Вказані інструменти повністю відповідають будь-якому типу підприємств. Через визначений принцип комплексності менеджменту та маркетингу, особливої важливості набуває процес управління саме маркетинговою діяльністю. Одночасно розуміючи схожість понять «управління» та «менеджмент» підприємства, на нашу думку, більш доцільним є використання саме «маркетингового менеджменту», що спричинено пристосуванням маркетингових процедур до процесу управління підприємством, а запровадженням окремих компонент та елементів маркетингу в систему менеджменту, як складової процесу управління.

Запровадження маркетингового менеджменту в аграрних підприємствах має на меті підвищувати їх рівень конкурентоспроможності, а також загалом забезпечувати конкурентоспроможний розвиток через наявність пропозицій та

рекомендацій зі стратегічного управління у вигляді проєктів в площині маркетингу, які повністю зможуть надати аграрним підприємствам можливість використання принципів системності, цілісності, комплексності та адаптивності у відповідності до динамічних вимог ринкового середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам формування маркетингового менеджменту приділено значну увагу багатьох як вітчизняних, так і зарубіжних вчених економістів. Основу маркетингового менеджменту складають питання теорії конкуренції, розвиток якої за тривалий період зазнав значних змін та зрушень. Забезпечення конкурентоспроможного розвитку підприємств на засадах залучення теоретичного базису розвитку теорії конкуренції на окремих об'єктових ринках розглядається в працях багатьох видатних вчених. При цьому, за результатами досліджень існуючих наукових здобутків, забезпечення конкурентоспроможності не є можливим без використання сучасного інструментарію маркетингу в менеджменті підприємств. Питанням маркетингу та маркетингової діяльності приділено також значно увагу, але, на сьогоднішній день, поєднання маркетингового менеджменту в системі конкурентних відносин та забезпечення конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств викликає досить багато питань через постійні зміни в умовах функціонування ринку та одночасної можливості пристосування теоретичних принципів до прикладних процедур. При цьому статичні та динамічні ринкові відносини в конкретному середовищі вимагають постійного аналізу та поступового оновлення від підприємств в різних сферах діяльності, тому залучення новітнього маркетингового інструментарію й покладено в основу даного дослідження.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в опрацюванні теоретичних засад опрацювання складових та виокремлення базових сегментів маркетингового менеджменту для запровадження у виробничо-комерційну діяльність аграрних підприємствах для забезпечення їх конкурентоспроможного розвитку на довго- чи короткострокову перспективу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Генезис теоретичних основ формування конкурентної поведінки на різних ринках дозволяє зробити висновок про те, що наразі має місце наявність більш реалістичних типів ринкових структур, зокрема, олігонсонії, моносонії та монополістичної конкуренції. Дані види ринків прийшли на зміну після класичного етапу, де переважними були моделі досконалою конкуренції та домінували погляди на монополію й

олігополію. Таке розуміння дозволяє стверджувати, що конкурентна боротьба вимагає від аграрних підприємств нових підходів та нових методів в системі управління.

Конкурентоспроможність, як наслідок дії конкуренції на ринку, має на меті можливість підвищення через різні напрями діяльності підприємства. До визначеного поля діяльності підприємства особливу увагу має система управління. Система управління підприємством створює необхідні передумови формування раціональної структури та взаємодії виробничої та комерційної складових підприємства для забезпечення найбільш вигідних умов та отримання кращих результатів від його ринкової діяльності. Загалом, слід відзначити що ринкова діяльність підприємства не є можливою без застосування маркетингового менеджменту. На сьогоднішній день, саме маркетинг є базовою й вже традиційною перевагою підприємства при виході на ринок, зважаючи що всі відносини наразі відбуваються в умовах ринкової економіки. Крім того, слід розуміти, що менеджмент та управління мають деякі відмінності. Управління слід загалом розуміти як процес, одночасно менеджмент є лише складовою системою процесу управління підприємством. Менеджмент має різноманітний набір визначень як поняття, але в нашому випадку пропонуємо розуміти менеджмент як систему у процесі управління окремим видом діяльності на підприємстві, який має свою мету, функції, принципи, завдання та має свій окремо визначений інструментарій з відповідними складовими, елементами та компонентами. При цьому менеджмент має виконувати притаманні йому функції й забезпечувати відповідні процедури для залучення інструментарію (комплексу) маркетингу на підприємстві.

Розуміння змістовного наповнення маркетингового менеджменту як системи управління слід через сутність та можливість поєднання ключових дефініцій «менеджмент» та «маркетинг». Так, «маркетинг» має безліч тлумачень, які в різних дослідженнях мають різні значення, але повністю до них пристосовуються і пояснюють окремі процеси чи явище. Для опрацювання перспектив конкурентоспроможного розвитку саме маркетингового менеджменту запропоновано розуміти маркетинг як ринкову діяльність підприємства. При чому дане тлумачення повністю поєднує в собі всі можливі аспекти через поєднання базових векторних напрямів:

- діяльністю підприємства та формування належного потенціалу для можливості виходу на ринок;

- роботу з ринком в умовах постійного розвитку конкурентних відносин для отримання стійких ринкових позицій при налагодженні взаємодії із всіма контрагентами;

– маркетинговий аудит чи провадження управлінської функції контролю результативності діяльності підприємства на обраному об'єктовому ринку для забезпечення утримання наявних позицій чи формування кращих конкурентних переваг.

Формування маркетингового менеджменту через пристосування визначених векторних напрямів розвитку поєднує в собі всі передумови формування стратегічного управління в аграрних підприємствах. Вони повністю поєднують в собі теоретичні засади формування стратегії управління підприємством, зокрема, функції планування, функції аналізу досліджень, функції контролю та інші.

Особливістю аграрних підприємств є те, що стратегічне управління формується не як окремих напрям діяльності підприємства, а як коротко- чи довгостроковий план розвитку у формі бізнес-планування. При цьому окремо активність слід надавати функціям планування, аналізу і контролю. Проведення маркетингових досліджень при формуванні системи маркетингового менеджменту підприємства має опиратися на теоретичні та прикладні засади, які є повністю адекватними до умов діяльності кожного окремого підприємства. Зокрема, це стосується проведення стандартних процедури аналізу мікро- та макросередовища, які слід доповнювати інструментарієм та завданнями відповідно до обраного об'єктового ринку з однієї сторони, враховуючи особливості внутрішнього менеджменту досліджуваних підприємств з іншої. Такий підхід повністю дозволяє виявити всі потреби ринку, визначити яким чином можливим є задоволення потреб споживачів (існуючих та потенційних) на найвищому рівні, а також дає можливість підприємствам зосереджувати увагу на взаємодії з основними контрагентами, які формують поведінку споживача на ринку й тим самим формують пропозицію підприємства. Проведення досліджень в даному руслі дозволить виокремити унікальні фактори як зовнішнього середовища підприємства, так і внутрішнього. В кінцевому випадку результатом стане отримання конкурентних переваг через поєднання ринкових акторів успіху та ключових компетенцій.

Маркетингові дослідження є базою для планування маркетингового менеджменту на підприємстві. Процеси планування є динамічними і вони мають змінюватись в процесі розвитку ринкового середовища на обраних об'єктових ринках. Планування є найбільш цілеспрямованою формою використання системи маркетингового менеджменту на підприємстві. Функція контролю має забезпечувати систему маркетингового менеджменту в розрізі проведення внутрішнього аудиту. Контроль за виконанням всіх принципів та процедур маркетингового менеджменту має покладатися на стратегічне

управління, при цьому його виконання є запорукою результативного розвитку. Таким чином, однією зі складових контролю в системі маркетингового менеджменту є формування загальної системи управління підприємством, а також загальної стратегії розвитку.

Крім того формування результатів опрацювання маркетингового аудиту діяльності підприємства має забезпечувати не лише аналіз мікрота макросередовища. Для активного розвитку діяльності підприємства необхідно також забезпечувати аналіз діяльності щодо управління ризиками, а також управління економічною безпекою підприємства. На сьогоднішній день, в умовах аграрного виробництва управління ризиками в системі менеджменту підприємства має найневідкладніше значення. Це спричинено рядом факторів як внутрішнього, так і зовнішнього характеру функціонування даного сегменту вітчизняного ринку. При цьому слід відзначити, що управління ризиками на підприємстві має базуватися на повному аналізі економічної, фінансової, інвестиційної, маркетингової та виробничої систем підприємства. Управління ризиками є одним з найвизначніших етапів проведення стратегічного управління на підприємстві, тому що наголошує на можливих загрозах, а також має всі передумови для формування окремих напрямів розвитку, які не були виділені раніше. Управління економічною безпекою підприємства є важливим при формуванні стратегічного управління в сфері маркетингового менеджменту. Економічна безпека підприємства має на меті формування різних моделей, проведення діагностики, формування планів для виходу підприємства з економічної кризи, що вже сталася або для формування конкурентних переваг, щоб не потрапити в кризовий стан. Крім того економічна безпека впливає на рівень результативного управління підприємством через наявність окремих компонентів не лише виробничого чи комерційного характеру, а й в сфері кадрового забезпечення управлінської діяльності та організаційної діяльності підприємства в цілому.

Крім формування стратегії управління маркетингом на підприємстві увагу слід наразі приділяти управлінню проектами. Управління проектами в системі маркетингового менеджменту являє собою спеціалізовані плани, які відрізняються від стратегії тим, що мають конкретне «поле» проведення, конкретне завдання, а також конкретний бізнес-план з визначеними результатами. Проектні матеріали являють собою документацію, яка повністю обґрунтовує запропонований проект для забезпечення конкурентоспроможності системи маркетингового менеджменту. Якщо розуміти управління проектами через процес управління трудовими, матеріальними,

нематеріальними та фінансовими ресурсами проекту, які необхідно проводити за допомогою спеціальних методів та прийомів, то це дасть змогу отримати найвищі результати за мінімальних вкладень, що повністю має бути представлено відповідним економіко-математичним розрахунковим пулом. Якщо розуміти управління проектами саме в системі маркетингу, то слід визначити, що основним об'єктом управління проекту стане маркетингова діяльність підприємства, основним предметом є процес управління та його складові через залучення системи менеджменту, а його основними ресурсами стане виробничий та ринковий потенціал підприємства.

На сьогодні, управління проектами є визнаною в усьому світі методологією проведення стратегічного управління для забезпечення конкурентоспроможного розвитку підприємств. Управління проектами в системі маркетингового менеджменту дає змогу запропонувати підприємству всі необхідні етапи запровадження та розвитку маркетингу з чіткоокресленими тематиками, завданнями, механізмами та процедурами.

Стратегії розвитку мають особливості при формуванні на різних ринках. Ситуаційне моделювання для формування стратегії розвитку має свої відмінності за різними чинниками впливу. Як приклад, маркетинговий менеджмент аграрного підприємства при виході на вітчизняний агропродовольчий сегмент має більш стандартизовані компоненти, управління ринковою діяльністю та політиками з комплексу маркетингу на підприємстві. Так, формуючи експортоорієнтовану стратегію розвитку українські аграрні підприємства мають розуміти, що застосування набору політик комплексу маркетингу не лише не є можливим, а й вимагає повного заміщення більш комунікаційними інструментами та збутовими механізмами. При виході на міжнародні ринки товари вітчизняного агропромислового виробництва в переважній більшості випадків не є високо конкурентними. На даний висновок, який носить теоретичний, а не прикладний характер в даному дослідженні, впливають не розрахункові інтегровані коефіцієнти конкурентоспроможності, а ґрадування за трьома рівнями (низький, середній та високий) в залежності від співвідношення загального показника «ціна/якість». Слід також зауважити, що дане твердження не виокремлює групи товарів, які є унікальними в загальній масі агросировинних та агропродовольчих товарів і які мають граничні найвищі чи найнижчі показники. Метою дослідження було опрацювання методологічних підходів, що й вимагають оптимального пристосування до середньостатистичних даних. Отже, маркетинговий менеджмент аграрних підприємств при

запровадженні експортоорієнтованої стратегії має на меті залучення прогресивного інструментарію в розрізі стратегій товаропросування. Через неможливість впливу при управлінні товарною та ціновою політиками, а такою виробничими компонентами в збутовій політиці, аграрні підприємства мають повною мірою в якості можливостей отримання конкурентних переваг використовувати комунікації. При чому застосування політики комунікацій має відбиватись в менеджменті підприємств через взаємодію, як з вітчизняними, так і зарубіжними контрагентами. Якщо порівнювати існуючий стан залучення інструментарію політики комунікацій на вітчизняному ринку та в умовах виходу на міжнародні ринки, то можна зробити негативний висновок, про майже відсутність для перших умов й наявність незначних можливостей для другого випадку. Тому важливість формування відповідних до конкретних умов стратегій маркетингового менеджменту в розрізі використання інструментарію не викликає жодних сумнівів.

Загалом, слід відзначити, що складові маркетингового менеджменту охоплюють майже всі процеси, які мають місце у виробничо-комерційній діяльності аграрних підприємств. Звичайно не є можливим провести їх оцінювання повністю, але на нашу думку, до найбільш важливих та значимих сегментів (секторів) запровадження та забезпечення постійного розвитку маркетингового менеджменту аграрних підприємств для формування високого рівня їх конкурентоспроможності слід віднести наступні:

- дослідження, планування, реалізація та контроль в сфері маркетингової діяльності, а також запровадження інструментарію стратегічного менеджменту;
- управління ринковим позиціонуванням;
- управління ризиками;
- управління економічною безпекою;
- управління проектами;
- формування цілісної системи маркетингового менеджменту аграрного підприємства.

Висновки. Отже, дослідження змістовного наповнення дефініції «маркетинговий менеджмент» дає можливість розуміти як систему управління ринковою діяльністю підприємства, яка поєднує базові векторних напрями: діяльність підприємства та формування належного потенціалу для можливості виходу на ринок; роботу з ринком в умовах постійного розвитку конкурентних відносин для отримання стійких ринкових позицій при налагодженні взаємодії із всіма контрагентами; маркетинговий аудит чи провадження управлінської функції контролю

результативності діяльності підприємства на обраному об'єктовому ринку для забезпечення утримання наявних позицій чи формування кращих конкурентних переваг. Визначено, що складові маркетингового менеджменту охоплюють майже всі процеси, які мають місце у виробничо-комерційній діяльності аграрних підприємств. До найбільш важливих та значимих секторів запровадження та забезпечення постійного розвитку маркетингового менеджменту аграрних підприємств для формування високого рівня їх конкурентоспроможності віднесено: дослідження, планування, реалізація та контроль в сфері маркетингової діяльності, а також запровадження інструментарію стратегічного менеджменту; управління ринковим позиціонуванням; управління ризиками; управління економічною безпекою; управління проектами; формування цілісної системи маркетингового менеджменту аграрного підприємства та відповідних стратегій конкурентоспроможного розвитку на довго- чи короткострокову перспективу.

Література.

1. **Амосов О.Ю.** Фінансова безпека підприємства в сучасних економічних умовах: теоретичний аспект. *Проблеми економіки*. 2011. № 4. С. 76-80.
2. **Гапак Н.М.** Економічна безпека підприємства: сутність, зміст та основи оцінки. *Науковий вісник Ужгородського університету: Серія: Економіка*. 2013. № 3(40). С. 62-65.
3. **Додух Н.О.** Необхідність планування і контролю на підприємстві. 2017.
4. **Додух Н.О.** Важливість стратегічного управління для аграрних підприємств в сучасних ринкових умовах. 2017.
5. **Плигун С.В.** Проблемні аспекти дослідження кон'юнктури сільськогосподарського ринку в Україні. *Агросвіт*. 2018. № 15-16. С. 52-55.
6. **Плигун С.В.** Ефективний розвиток агропродовольчої сфери: методологічний аспект. *Історія економічної думки*. 2018. 73 с.
7. **Рижикова Н.І.** Генезис теорій конкуренції та прикладні засади їх імплементації в інноваційно-інвестиційному розвитку соціально-економічних систем. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2017. № 4. С. 45-54.
8. **Севідова І.О.** Пріоритетні напрями реалізації експортоорієнтованої стратегії аграрних підприємствами. *Економіка та держава*. 2018. № 2. С. 46-49.
9. **Kuskova S.V.** Features of formation of resource potential agricultural enterprises. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Інвестиційно-інноваційні моделі розвитку підприємств в умовах сучасної нестабільності»*. 2018. С. 65-67.
10. **Kuskova S.V.** Ways of improving the personnal management system in the enterprise. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2018. Вип. 193. С. 228-237.

11. **Sievidova I.A.** Factors affecting the economic management efficiency of agricultural enterprises in Ukraine. *Problems and Perspectives in Management*. 2017. № 15(2). С. 204-211.

12. **Sievidova I.** et al. Optimizing the strategy of activities using numerical methods for determining equilibrium. *Eastern-European Journal Of Enterprise Technologies*. 2019. № 6(4(102)). С. 47-56. doi: <http://dx.doi.org/10.15587/1729-4061.2019.187844>

References.

1. **Amosov O.Yu.** (2011). Finansova bezpeka pidpryyemstva v suchasnykh ekonomichnykh umovakh: teoretychnyy aspekt [Financial security of the enterprise in modern economic conditions: theoretical aspect]. *Problemy ekonomiky – Problems of Economics*, no. 4, pp. 76-80 [in Ukrainian].

2. **Hapak N.M.** (2013). Ekonomichna bezpeka pidpryyemstva: sutnist', zmist ta osnovy otsinky [Economic security of the enterprise: essence, content and basics of evaluation]. *Naukovyy visnyk Uzhhorodskoho universytetu: Seriya: Ekonomika – Uzhgorod University Scientific Bulletin: Series: Economics*, no. 3(40), pp. 62-65 [in Ukrainian].

3. **Dodukh N.O.** (2017). Neobkhidnist' planuvannya i kontrolyu na pidpryyemstvi [Need for planning and control at the enterprise]. [in Ukrainian].

4. **Dodukh N.O.** (2017). Vazhlyvist' strateichnoho upravlinnya dlya ahrarynykh pidpryyemstv v suchasnykh rynkovykh umovakh [The importance of strategic management for agricultural enterprises in today's market conditions]. [in Ukrainian].

5. **Plyhun S.V.** (2018). Problemni aspekty doslidzhennya kon'yunktury sil's'kohospodars'koho rynku v Ukrayini [Problematic aspects of agricultural market research in Ukraine]. *Ahrosvit – Agrosvit*, no. 15-16, pp. 52-55 [in Ukrainian].

6. **Plyhun S.V.** (2018). Efektyvnyy rozvytok ahroprodovol'choyi sfery: metodolohichnyy aspekt [Effective development of the agro-food sector: a methodological aspect]. *Istoriya ekonomichnoyi dumky – History of Economic Thought*, p. 73 [in Ukrainian].

7. **Ryzhykova N.I.** (2017). Henezys teorii konkurentsiyi ta prykladni zasady yikh implementatsiyi v innovatsiyno-investytsynomu rozvytku sotsial'no-ekonomichnykh system [Genesis of competition theories and applied principles of their implementation in innovation and investment development of socio-economic systems]. *Aktual'ni problemy innovatsiynoyi ekonomiky – Actual problems of innovative economy*, no. 4, pp. 45-54 [in Ukrainian].

8. **Sievidova I.O.** (2018). Priorytetni napryamy realizatsiyi eksportooriyentovanoi stratehiyi ahrarynymi pidpryyemstvamy [Priority directions of implementation of export-oriented strategy by agricultural enterprises]. *Ekonomika ta derzhava – Economics and the State*, no. 2, pp. 46-49 [in Ukrainian].

9. **Kuskova S.V.** (2018). Features of formation of resource potential agricultural enterprises. *Materialy Mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi «Investytsiyno-innovatsiyni modeli rozvytku pidpryyemstv v umovakh suchasnoyi nestabil'nosti» – Proceedings of the International Scientific and Practical Conference «Investment-innovative models of enterprise development in the conditions of modern instability»*, pp. 65-67 [in English].

10. **Kuskova S.V.** (2018). Ways of improving the personnel management system in the enterprise. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*, no. 193, pp. 228-237 [in English].

11. **Sievidova I.A.** (2017). Factors affecting the economic management efficiency of agricultural enterprises in Ukraine. *Problems and Perspectives in Management*, no. 15(2), pp. 204-211 [in English].

12. **Sievidova I.** et al. (2019). Optimizing the strategy of activities using numerical methods for determining equilibrium. *Eastern-European Journal Of Enterprise Technologies*, vol. 6, no. 4(102), pp. 47-56 doi: <http://dx.doi.org/10.15587/1729-4061.2019.187844> [in English].

Анотація.

Мандич О.В. Маркетинговий менеджмент як основа забезпечення конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств.

В статті досліджено змістове наповнення дефініції «маркетинговий менеджмент», який слід розуміти як систему управління ринковою діяльністю підприємства, яка поєднує базові векторних напрями: діяльність підприємства та формування належного потенціалу для можливості виходу на ринок; роботу з ринком в умовах постійного розвитку конкурентних відносин для отримання стійких ринкових позицій при налагодженні взаємодії із всіма контрагентами; маркетинговий аудит чи провадження управлінської функції контролю результативності діяльності підприємства на обраному об'єктовому ринку для забезпечення утримання наявних позицій чи формування кращих конкурентних переваг. Визначено, що складові маркетингового менеджменту охоплюють майже всі процеси, які мають місце у виробничо-комерційній діяльності аграрних підприємств. До найбільш важливих та значимих секторів запровадження та забезпечення постійного розвитку маркетингового менеджменту аграрних підприємств для формування високого рівня їх конкурентоспроможності віднесено: дослідження, планування, реалізація та контроль в сфері маркетингової діяльності, а також запровадження інструментарію стратегічного менеджменту; управління ринковим позиціонуванням; управління ризиками; управління економічною безпекою; формування цілісної системи маркетингового менеджменту аграрного підприємства та відповідних стратегій конкурентоспроможного розвитку на довго- чи короткострокову перспективу.

Ключові слова: маркетинговий менеджмент, менеджмент, маркетинг, стратегія, стратегічне управління, конкуренція, конкурентоспроможний розвиток, підприємство.

Аннотация.

Мандыч А.В. Маркетинговый менеджмент как основа обеспечения конкурентоспособного развития аграрных предприятий.

В статье исследовано содержательное наполнение дефиниции «маркетинговый менеджмент», который следует понимать как систему управления рыночной

деятельностью предприятия, которая сочетает базовые векторные направления: деятельность предприятия и формирование надлежащего потенциала для возможности выхода на рынок; работу с рынком в условиях постоянного развития конкурентных отношений для получения устойчивых рыночных позиций при налаживании взаимодействия со всеми контрагентами; маркетинговый аудит или выполнение управленческой функции контроля результативности деятельности предприятия на выбранном объектовом рынке для обеспечения содержания имеющихся позиций или формирования лучших конкурентных преимуществ. Определено, что составляющие маркетингового менеджмента охватывают почти все процессы, которые имеют место в производственно-коммерческой деятельности аграрных предприятий. К наиболее важным и значимым секторам внедрения и обеспечения постоянного развития маркетингового менеджмента аграрных предприятий для формирования высокого уровня их конкурентоспособности отнесены: исследования, планирование, реализация и контроль в сфере маркетинговой деятельности, а также внедрение инструментария стратегического менеджмента; управление рыночным позиционированием; управление рисками; управления экономической безопасностью; формирование целостной системы маркетингового менеджмента аграрного предприятия и соответствующих стратегий конкурентоспособного развития на долго- или краткосрочную перспективу.

Ключевые слова: маркетинговый менеджмент, менеджмент, маркетинг, стратегия, стратегическое управление, конкуренция, конкурентоспособный развитие, предприятие.

Abstract.

Mandych O.V. Marketing management as a basis for ensuring the competitive development of agricultural enterprises.

The article explores the meaningful content of the definition of "marketing management", which should be understood as a system of management of market activity of the enterprise, which combines the basic vector directions: the activity of the enterprise and the formation of adequate potential for the possibility of entering the market; work with the market in the conditions of constant development of competitive relations in order to obtain stable market positions while establishing interaction with all counterparties; marketing audit or performance management function to control the performance of an entity in a selected object market to maintain existing positions or generate better competitive advantage. It is determined that the components of marketing management cover almost all processes that take place in the production and commercial activities of agricultural enterprises. The most important and significant sectors of introduction and maintenance of agrarian enterprises marketing management for formation of high level of their competitiveness are: research, planning, implementation and control in the sphere of marketing activity, as well as introduction of strategic management tools; management of market positioning; risk management; economic security management; formation of a comprehensive system of marketing management of agrarian enterprise and corresponding strategies of competitive development for the long or short term.

Key words: marketing management, management, marketing, strategy, strategic management, competition, competitive development, enterprise.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКІСНИХ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ

***ДУДНИК О.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
КАЛІНІЧЕНКО С.М., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
МИКУЛЯНЕЦЬ В.А., ЗДОБУВАЧ,***

***ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Надання адміністративних послуг є визначальною парадигмою реалізації повноважень органів державної влади. У країнах Європейського Союзу, де відкритість, прозорість і підзвітність є обов'язковими умовами роботи державних інститутів, уже створена відповідна нормативно-правова база, розроблені концепції та програми забезпечення стандартів якості таких послуг. В Україні стан реалізації адміністративної реформи навіть не відповідає вимогам, що містяться в Концепції адміністративної реформи в Україні. Задля поліпшення стану публічного адміністрування в Україні виникає необхідність усестороннього наукового дослідження інституту надання адміністративних послуг.

В свою чергу актуальність теми надання якісних адміністративних послуг характеризується результатом якості здійснення владних повноважень уповноваженим суб'єктом, що відповідно до закону забезпечує юридичне оформлення умов реалізації фізичними та юридичними особами прав, свобод і законних інтересів за їх заявою (видача дозволів (ліцензій), сертифікатів, посвідчень, проведення реєстрації тощо).

Особливо актуальними є проблеми віднесення окремих видів адміністративних послуг до платних, обґрунтованості розмірів плати за них, прозорості цього процесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання формування публічного адміністрування, розвиток системи надання адміністративних послуг, забезпечення належної якості їх надання аналізували такі науковці, як А. Авер'янов, В. Бакуменко, І. Грицяк, В. Загорський, А. Колодій, І. Коліушко, М. Лахижа, В. Мартиненко, П. Надолішний, О. Оболенський, О. Черчатий, Ю. Шаров та ін.

Першочергове значення в публічному адмініструванні має розроблення проєктів та прийняття основоположних законів, які повинні визначити основні засади функціонування системи надання адміністративних послуг фізичним та юридичним особам.

Формулювання цілей статті. Мета роботи полягає в обґрунтуванні напрямків удосконалення надання якісних адміністративних послуг в публічному адмініструванні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Адміністративна послуга – це правовідносини, що виникають при реалізації суб'єктивних прав фізичної або юридичної особи за їх заявою в процесі публічно-владної діяльності адміністративного органу для отримання певного результату. Система надання державних послуг є важливою складовою системи державної влади і державного управління. Державні послуги є одним із основних засобів регулювання відносин між державою і громадянами, забезпечення прав, свобод і обов'язків громадян. Отже, під якістю управління в рамках публічної влади, ми розуміємо результат ефективної управлінської діяльності, що задовольняє вимоги й потреби споживачів незалежно від нормативних, кадрових змін, політичних та економічних обставин. Аналіз наукових поглядів і існуючих концепцій дозволяє зробити такі висновки. Поняття публічної послуги та якості їх надання – надзвичайно складні багатогранні категорії. На сьогодні існує потреба більш повно описати всі існуючі підходи щодо їх розуміння, напрацювати діючу концепцію надання публічних послуг, яка може бути закладена в основу формування цілісної системи надання якісних публічних послуг.

Виходячи із вищевикладеного, під адміністративними послугами мається на увазі діяльність суб'єктів владних повноважень, яка своїм результатом має позитивний суспільний ефект, тим самим задовольняючи права та інтереси осіб, що звернулись.

Особливості надання адміністративних послуг, на наш погляд, зумовлені такими ознаками (рис. 1). На основі вказаних особливостей адміністративні послуги можна визначити як публічну, суспільно значущу діяльність, спрямовану на сприяння реалізації прав, свобод та законних інтересів громадян, що здійснюється у формі правовідносин між суб'єктами владних повноважень при здійсненні ними владних управлінських функцій та суб'єктом звернення (споживачем послуги).

Для з'ясування зазначеної категорії треба навести ознаки адміністративних послуг, які зустрічаються у літературі:

1) адміністративні послуги надаються лише за ініціативою (заявою) фізичних та юридичних осіб;

2) необхідність і відповідно можливість отримання конкретної адміністративної послуги передбачена законом;

3) закон наділяє повноваженнями по наданню кожної адміністративної послуги відповідний орган виконавчої влади або орган місцевого самоврядування;

4) для отримання адміністративних послуг фізичним та юридичним особам необхідно виконати певні вимоги, визначені законом;

5) адміністративна послуга має кінцеву форму індивідуального адміністративного акту, у якому вказаний його адресат [1, с. 105-106].

мета	здійснення функцій держави шляхом сприяння уповноваженими адміністративними органами реалізації прав, свобод та законних інтересів фізичних та юридичних осіб, а також реєстрації та обліку цих змін
суб'єктний склад	однією стороною, що їх надає, є обов'язково орган державної влади чи місцевого самоврядування, або інший суб'єкт, якому були делеговані відповідні повноваження
об'єкт	послуга, що надається, може бути надана тільки конкретним суб'єктом без існування будь-якої альтернативи (наприклад, видати посвідчення на право керування транспортним засобом має право, відповідно до законодавства, тільки Державна автомобільна інспекція)
способи захисту	оскарження дій органів державної влади можливе в порядку адміністративному, тобто до вищого органу, або ж в порядку адміністративного судочинства. Для порівняння, дії нотаріуса можуть бути оскаржені тільки до суду загальної юрисдикції в порядку цивільного судочинства
юридичний факт	на підставі якого виникають дані правовідносини – це звернення (клопотання), обов'язково у встановленому законом порядку, фізичної або юридичної особи до уповноваженого суб'єкта
юридичні наслідки	після надання адміністративної послуги відбувається зміна у правовому статусі особи, яка звернулася до уповноваженого суб'єкта. Засвідчуються вказані зміни відповідним індивідуально-правовим актом

Рис. 1. Ознаки адміністративних послуг [2]

Пріоритетом у реформі вдосконалення процедури надання адміністративних послуг є насамперед затвердження переліку найбільш поширених для населення адміністративних послуг, формування

вичерпного переліку документів, які можуть вимагатися у суб'єкта, а найголовніше – створення ефективної системи інформування споживачів.

Розвиток адміністративних послуг триває нині паралельно з розвитком системи електронного врядування. Більшість європейських країн ішли саме таким шляхом – починаючи з Центрів надання адміністративних послуг і переходячи поступово до обслуговування споживачів через Інтернет.

Досвід Заходу такий, що нині зміщується акцент до надання електронних послуг, швидше і набагато дешевше. Але цей процес – еволюційний і займе багато років. Адже відсоток людей, які користуються інтернетом, у нашій країні ще дуже малий. І доки організація системи електронного врядування триватиме, неможливо думати про цілісну систему електронних послуг.

Однак переведення низки послуг в електронний вигляд вже здійснюється. Задля цього сьогодні електронні послуги проходять оптимізацію. Саме в цій сфері, вагому роль повинні відіграти громадські організації, відстежуючи проблеми, які наявні в царині надання електронних послуг і доносячи цю інформацію в широкі кола населення та до влади.

З кожним роком росте кількість людей, які звертаються до органів влади по певні адміністративні послуги. Якщо раніше це число становило 3,6 %, то на сьогодні таких уже 7,5 %. Ця тенденція лише породжує складнощі у спілкуванні між громадянами та чиновниками, адже при цьому кількість чиновників, які працюють з населенням, не зростає [3].

32 % громадян вважають якість надання адміністративних послуг в Україні (одержання паспортів, довідок, виписок, справ, тощо) поганою, 33 % – задовільною, і лише 12 % – доброю, – Ті ж, хто зверталися за різними документами до державних органів, оцінюють їхню роботу ще гірше (рис. 2).

Переважно не задоволені – 27,7 %, зовсім не задоволені – 21,4 %, переважно задоволені – 39,6 %, а ось повністю задоволених лише 6,9 %. Причому найбільше у процесі спілкування з державою людей не влаштовують черги (23 %), відсутність чітких пояснень щодо усіх обставин справи та потрібних документів (17 %), тяганина з розглядом справи (17 %). Жодних негативних елементів в отриманні послуг не побачили 21 % серед тих, хто по них звертався».

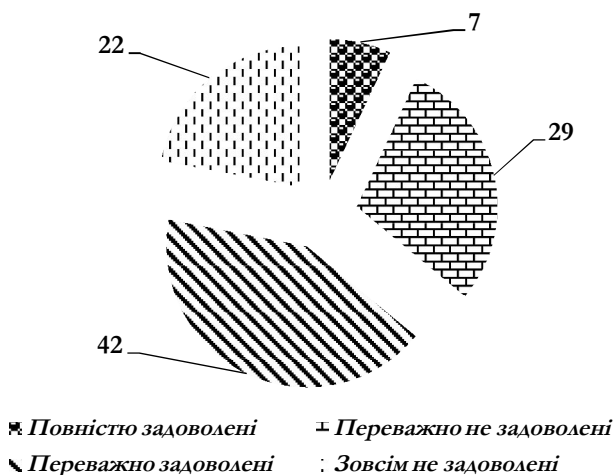


Рис. 2. Якість надання адміністративних послуг за оцінкою громадян

Існує п'ять умов для успіху при створенні ефективно діючого центру надання адміністративних послуг. Це політична воля, бачення та реалістичний план заходів, належна підготовча робота, адекватне приміщення, а також технічне і програмне забезпечення. Додержання цих умов сприятиме розвитку сфери надання адміністративних послуг, стане вищою якістю, що спонукатиме громадян до активного звертання саме до адміністративних центрів, швидше та точніше буде використовуватися інформація, що посприє покращенню клімату в соціумі держави.

До основних чинників, що впливають на якість адміністративних послуг, слід віднести: (див. табл. 1).

Міжнародний досвід показує, що технології електронного урядування сприяють покращенню ефективності та якості адміністративних послуг, зниженню корупції, зниженню адміністративного тягаря для громадян та бізнесу, а також посиленню демократії та конкурентоспроможності. Разом із тим, беззастережне запровадження надання адміністративних послуг виключно за допомогою ІТ-технологій не враховує існуючих в Україні реалій.

**Чинники, що впливають
на якість адміністративних послуг**

<i>Чинник</i>	<i>Характеристика</i>
Інформаційний	дублювання інформації у різних державних інформаційних системах;
	відсутність єдиних стандартів та несумісність ресурсів, складність доступу до інформації;
	слабка захищеність державних реєстрів та інформації, у тому числі персональної;
Корупційний	високий рівень корупції у державних органах, органах місцевого самоврядування та у системі судочинства;
Несистематизований	використання нестандартизованих, несистематизованих та неуніфікованих даних, протоколів обміну і відсутність єдиних класифікаторів, довідників, а також доступу до них;
	обмеженість застосування автоматизованих систем пошуку та аналітичної обробки інформації.

Відсутність усталеної практики ведення електронного документообігу, суперечливе законодавство, недосконала судова система, відсутність захисту права власності, низький рівень довіри громадян до електронних послуг, недостатня поширеність і попит громадян на отримання послуг в електронному вигляді, високий рівень шахрайства й недієві заходи правоохоронних органів – негативні фактори, які суттєво впливають на розвиток в Україні системи надання адміністративних послуг за допомогою ІТ-технологій. Наразі в Україні електронізація адміністративних послуг відбувається переважно за ініціативою органів влади без належної підтримки з боку громадян. Подібна ситуація вже мала місце у новітній історії України під час запровадження подання суб'єктами господарювання звітності в електронному вигляді. Вороже ставлення, недовіра суб'єктів господарювання до електронних систем, необхідність обов'язкового дублювання електронної версії паперовим варіантом, часті збої та переказання вини за ненадходження звітності на суб'єктів господарювання створили негативне відношення, яке зараз поширюється на сферу адміністративних послуг [4].

Упровадження системи управління якістю в органах виконавчої влади має сприяти перегляду системи планування та аналізування діяльності органу та відповідно – державного службовця; узгодженню

систем бюджетування і стратегічного планування, встановленню чіткого зв'язку між ресурсами і результатами, тому вимагатиме від органу визначати програмні цілі, готувати щорічні звіти про результати реалізації цих цілей, проводити зовнішні та внутрішні аудити якості, вивчати очікування споживачів для надання послуг та їх задоволеність наданими послугами, орієнтуватися при оцінці результатів діяльності на виконання програм і стратегічних планів.

Висновки. Отже, враховуючи публічно-правовий характер діяльності органів виконавчої влади під час надання адміністративних послуг, принципами системи управління якістю в органах виконавчої влади в цій сфері мають бути:

- а) забезпечення балансу інтересів держави та набувача послуг;
- б) керованість процедурами надання адміністративних послуг;
- в) оптимальне кадрове забезпечення здійснення процедур надання адміністративних послуг;
- г) надання адміністративних послуг на основі принципу законності;
- д) чітке врегулювання законодавством процедур надання адміністративних послуг;
- е) системний підхід;
- ж) постійне поліпшення;
- з) прийняття рішення на підставі фактів.

З вищезазначеного слідує, що діяльність відділу надання адміністративних послуг в міській раді максимально направлена на покращення надання послуг.

Для покращення якості надання адміністративних послуг пропонується:

1) мінімізувати обсяг (номенклатуру) адміністративних послуг, та залишити лише ті послуги, які зумовлені публічними інтересами. Для цього всі послуги, які надаються центральними органами державної влади, місцевими органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування та створеними ними підприємствами, установами та організаціями необхідно переглянути і згрупувати:

а) послуги, надання яких потрібно залишити за державою, місцевим органами виконавчої влади та місцевого самоврядування;

б) послуги, які можуть бути скасовані без шкоди для суспільства та держави;

в) послуги, надання яких може бути передано недержавним суб'єктам в порядку делегування або приватизації, але їх надання має здійснюватися під контролем та під відповідальність органів місцевої виконавчої влади або місцевого самоврядування.

Органи державної влади та органи місцевого самоврядування не повинні займатись господарською (підприємницькою) діяльністю. Діяльність щодо перегляду обсягу (номенклатури) адміністративних послуг повинна здійснюватися постійно; максимально децентралізувати надання адміністративних послуг. Основним суб'єктом надання адміністративних послуг мають бути місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування. Це наблизить надання адміністративних послуг до споживачів, що не тільки зручно для останніх, але й сприятиме більш точному визначенню потреб та очікувань споживачів, підвищить відповідальність влади та виробити стандарти надання адміністративних послуг.

Література.

1. **Коліушко І.Б.** Виконавча влада та проблеми адміністративної реформи в Україні: Монографія. К.: Факт, 2002. 450 с.

2. Методичні рекомендації щодо розроблення та впровадження систем управління якістю відповідно до стандарту ДСТУ ISO 9001-2001 в органах виконавчої влади (до спільного наказу Держспоживстандарту України та Головердержслужби України від 31 лип. 2006 р. № 273/221). К., 2006. 45 с.

3. **Мартиненко В. М.** Демократичне врядування: проблеми теорії та практики. *Публічне управління: теорія та практика*: збірник наукових праць Асоціації докторів наук з державного управління. Х.: Вид-во «ДокНаукаДержУпр», 2010. № 1. С. 16-22.

4. **Климко Г.Н., Нестеренко В.П., Канищенко Л.О., Чухно А.А.** Основи економічної теорії: політекономічний аспект: підручник для студ. екон. спец. вищих закладів освіти. К.: Вища школа, 1999. 743 с.

5. **Корнієцький О.В., Дудник О.В.** Управління ефективністю використання робочого часу в державній службі. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: економічні науки*. 2016. № 177. С. 152-160.

6. **Дудник О.** Працевлаштування випускників ЗВО в контексті переходу до цифрової економіки. *Цифрова економіка: тренди та перспективи*. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. № 10. С. 69-71.

References.

1. **Koliushko I.B.** (2002). *Vykonavcha vlada ta problemy administratyvnoyi reformy v Ukraini* [Executive power and problems of administrative reform in Ukraine]. Kyiv: Fact, p. 450 [in Ukrainian].

2. *Metodychni rekomendatsiyi shchodo rozroblennya ta vprovadzhennya system upravlinnya yakistyu vidpovidno do standartu DSTU ISO 9001-2001 v orhanakh vykonavchoyi vlady (do spil'nogo nakazu Derzhspozhyvstandartu Ukrainy ta Holoverdzhsluzhby Ukrainy vid 31 lyp. 2006 r. № 273/221)* [Guidelines for the development and implementation of quality management systems in accordance with the DSTU ISO 9001-2001 standard in executive bodies (to the joint order of the State Consumer Standard of Ukraine and MDSCSU No. 273/221 of July 31, 2006)]. Kyiv, 2006, p. 45 [in Ukrainian].

3. **Martynenko V.M.** (2010). Demokratychnе vryaduvannya: problemy teorii ta praktyky [Democratic governance: problems of theory and practice]. *Publichne upravlinnya: teoriya ta praktyka*: zbirnyk naukovykh prats' Asotsiatsiyi doktoriv nauk z derzhavnoho upravlinnya – *Public Administration: Theory and Practice*. Collection of Scientific Papers of the Association of Doctors of Public Administration, no. 1, pp. 16-22 [in Ukrainian].

4. **Klimko G.N., Nesterenko V.P., Kanishchenko L.O., & Chukhno A.A.** (1999). *Osnovy ekonomichnoyi teorii: politekonomichnyy aspekt* [Fundamentals of economic theory: the political economy]. Kyiv: High School, p. 743 [in Ukrainian].

5. **Kornietsky O.V., & Dudnik O.V.** (2016). Upravlinnya efektyvnistyu vykorystannya robochoho chasu v derzhavniy sluzhbi [Managing the efficiency of working time in the civil service]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: ekonomichni nauky* – *Bulletin of Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: economic sciences*, no. 177, pp. 152-160 [in Ukrainian].

6. **Dudnik O.V.** (2018). Pratsyevlashtuvannya vypusknikov ZVO v konteksti perekhodu do tsyfrovoyi ekonomiky [Employment of graduates of ZVO in the context of transition to digital economy]. *Tyzhden ekonomika: trendy ta perspektyvy* – *Digital Economy: Trends and Prospects*, no. 10, pp. 69-71 [in Ukrainian].

Анотація.

Дудник О.В., Калініченко С.М., Микулянець В.А. Вдосконалення процесу забезпечення якісних адміністративних послуг.

В статті авторами розглянуто питання правового підґрунтя адміністративних послуг та зосереджено увагу на визначення напрямків удосконалення надання якісних адміністративних послуг в публічному адмініструванні. Це дозволило визначити особливості надання адміністративних послуг в сучасних умовах з деталізацією характерних ознак та запропонувати принципи системи управління якістю в органах виконавчої влади і перелік рекомендованих заходів.

Ключові слова: адміністративні послуги, публічне управління, якість, принципи.

Аннотация.

Дудник Е.В., Калиниченко С.Н., Микулянец В.А. Совершенствование процесса обеспечения качественных административных услуг.

В статье авторами рассмотрены вопросы правовой основы административных услуг сфокусировано внимание на определение направлений совершенствования предоставления качественных административных услуг в публичном администрировании. Это позволило определить особенности предоставления административных услуг в современных условиях с детализацией характерных признаков и предложить принципы системы управления качеством в органах исполнительной власти и перечень рекомендуемых мероприятий.

Ключевые слова: административные услуги, общественное управление, качество, принципы.

Abstract.

Dudnik O.V., Kalinichenko S.M., Mykulyanets V.A. Improving the process of providing quality administrative services.

The article discusses the legal basis of administrative services and focuses on identifying ways to improve the provision of quality administrative services in public administration. This made it possible to determine the peculiarities of the provision of administrative services in modern conditions, detailing the characteristics and to propose the principles of the quality management system in the executive authorities and a list of recommended measures.

Key words: administrative services, public administration, quality, principles.

УДК 338.22.021.4: 631.15.017.1

КРИТЕРІЇ КЛАСИФІКАЦІЇ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ ОСНОВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

ЛІЗУТ Р.А., К.Е.Н.,

***ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Вивчення категорії організаційно-економічної безпеки аграрних підприємств може бути здійснене й через призму взаємопов'язаних рівнозначних складових або субкатегорій «економічна безпека» та «соціальна безпека». Фактично, ринково орієнтована економіка не завжди забезпечує зростання добробуту всіх учасників, в умовах організаційно-економічної невизначеності через прагнення агробізнесу до максимізації прибутку, що й визначає актуальність проведення класифікації стратегій управління підприємств та факторів їх формування в системі економічної безпеки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Більшість вітчизняних та зарубіжних науковців (у т.ч. Ляшенко О.М. та Безбожний В.Л. [12, с. 68]) пропонують здійснювати категоризацію можливих дестабілізуючих факторів організаційно-економічної безпеки аграрних підприємств як цілісних господарських систем. Згідно цього доцільно виділяти зовнішні фактори як товарні та валютно-фінансові обмеження, зовнішньоекономічні загрози, конкурентні переваги у вигляді вищої продуктивності агробізнесу та ін. Серед внутрішніх факторів виділяються низька ресурсо- та енерговіддача виробництва, сировинна орієнтація, ігнорування науково обґрунтованих факторів розміщення й концентрації видів діяльності в угоду ринковим вигодам тощо. Слід погодитися із доцільністю такого підходу, оскільки дестабілізуючі фактори, інтегровані сукупністю

галузей та видів діяльності аграрних підприємств, є якісно відмінними від зовнішньоекономічних, що проявляються при здійсненні їх інноваційно-інвестиційних проектів та бізнес-планів, фінансово-кредитних та біржових операцій.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає у проведенні дослідження сутності стратегічного управління організаційно-економічною безпекою підприємств через призму факторів її формування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Враховуючи, що фундаментальна економічна основа організаційно-економічної безпеки аграрних підприємств – це організація й концентрація виробництва, що проявляється у виробничо- і організаційно-економічних та екологічних процесах та явищах, які пов'язані з ринковим розвитком господарства та його інфраструктурним забезпеченням, автором виділені складові організаційно-економічної безпеки аграрних підприємств (рис. 1):

- 1) безпосередньо територія аграрного підприємства із властивими йому ознаками, такими як: природні агресурси, матеріально-технічна база, соціальні та екологічні умови й економічна ефективність та ін.;
- 2) основне виробництво та виробнича інфраструктура (комплекс галузей, що обслуговують основне аграрне виробництво і забезпечують його ефективну економічну діяльність та конкурентоспроможність);
- 3) соціальна інфраструктура як сукупність об'єктів та видів діяльності, які забезпечують задоволення культурних, організаційно-побутових та інших потреб працівників й населення сільських територій.

Систематизація позицій дослідників виявила відсутність єдності поглядів щодо ідентифікації змісту поняття «організаційно-економічна безпека підприємства», яка розглядається в дослідженнях різних авторів в таких ракурсах:

- 1) як синонім терміну «економічна безпека»;
- 2) як складова економічної безпеки підприємства, яка характеризується її дотриманням за рахунок вжиття організаційних заходів.

При цьому в дослідженні обґрунтовано наукове тлумачення дефініції «організаційно-економічна безпека підприємства» шляхом ідентифікації її як такої, що характеризує статичні та динамічні стани системи менеджменту підприємства, яким притаманні відсутність ризиків та загроз здійсненню основної діяльності, а також наявність організаційних та економічних можливостей протидії їх настанню в процесі створення стану захищеності економічних інтересів та результатів діяльності.



Рис. 1. Складові (елементи) організаційно-економічної безпеки аграрних підприємств

Виділені складові (елементи) організаційно-економічної безпеки аграрних підприємств є основою формування внутрішніх, регіональних, державних і міждержавних відносин, що у сукупності визначають регіональну й національну безпеку країни, на основі взаємозв'язку їх об'єктів [1-2]. Так, внутрішні бізнесові відносини спрямовані на використання внутрішніх ресурсів аграрних підприємств, з метою вдосконалення структури матеріально-сировинного виробництва, розвитку соціальної та виробничої інфраструктури, підвищення фінансово-економічної стійкості, екологічної та соціальної безпеки. При цьому підприємства, що мають умови й ресурси для участі у міжнародному поділі праці, також прагнуть до активізації зовнішньоекономічної діяльності. Це підвищує їх фінансово-економічну стійкість за рахунок валютних надходжень, стимулювання міжнародної торгівлі, притоку новітніх технологій та фінансових інвестицій.

Диференційована характеристика окреслених факторів представлена у табл. 1.

Таблиця 1

Диференційована характеристика можливих дестабілізуючих факторів та ризиків організаційно-економічної безпеки аграрних підприємств*

<i>Категоризація факторів</i>	<i>Ідентифікація загроз</i>	<i>Ймовірний прояв дії загроз або ризиків</i>
Внутрішні фактори (які виникають у межах аграрних підприємств)		
Ресурсні, енергетичні, виробничі, екологічні	Старіння основних засобів, повільна модернізація, брак інвестицій, нерациональна спеціалізація й концентрація діяльності, погіршення її екологічних якостей	Висока вартість продукції, що виробляється, недосконалість логістики, втрати на стадії реалізації, амплітуда обсягів виробництва. Невизначеність ефективної кон'юнктурної стратегії на ринках. Плинність кадрів. Втрати від нерациональної спеціалізації й концентрації. Екологічні втрати виробництва й довкілля.
	Низька рентабельність діяльності, її недосконала організація	Вимушене скорочення виробництва й ринкових позицій. Загрози злиття й поглинання, рейдерських захоплень.
Соціальні	Низька зарплата й доходи	Погіршення рівня та якості життя товаровиробників.
Зовнішні фактори		
Організаційно-політичні		Можливість розпаду держави внаслідок слабкого впливу центру та політичної нестабільності; Зростання міжнаціональної, міжконфесіональної напруги, які здатні призвести до конфліктів; Зростання міжетнічної напруги, що здатна призвести до конфліктів
Економічні (у т.ч., валютно-фінансові)	Скорочення регіонального виробництва, в наслідок його збитковості та не конкурентоздатності	Зростання безробіття у країні у цілому; Зниження реальних доходів населення країни у цілому (в наслідок глобальних фінансово-економічних криз); Деструктуризація економічної системи країни у цілому Втрата зовнішнього ринку.
	Зростання залежності регіональних економічних систем від іноземного капіталу, імпорту продуктів харчування, енергоносіїв та обладнання	Гіпертрофоване та неадекватне, до доходів населення, зростання сфери послуг (у т.ч., підприємств індустрії розваг із відповідною технізацією доходів). Криміналізація економіки. Низька якість продуктів харчування, що виробляються місцевими виробниками та орієнтація покупців на імпорт (що призводить до відтоку валютних коштів з економіки). Потреба національних виробників у кредитних запозиченнях та збільшення зовнішнього боргу держави.

Окреслені відносини визначають і саму специфіку інтеграційних відносин аграрних підприємств на європейському та глобальному аграрних ринках, у т.ч. спрямовують здійснення зовнішньоекономічної діяльності в інтересах всього національного господарства та забезпечують сталий розвиток різних сфер життєдіяльності країни та її суверенність [1]. Виходячи із специфіки організаційно-економічної безпеки аграрних підприємств, що характеризується можливостями до стійкого розвитку, до цього необхідно долучити їх обізнаність щодо можливих дестабілізуючих факторів та ризиків. Відповідно, доцільним є формування інформаційних систем розподілення цих факторів, на основі єдиних загально визначених ознак, які сприятимуть їх групуванню, класифікації, категоризації, з метою спрощення їх ідентифікації, моніторингу, оцінки й діагностики з метою попередження або/та усунення.

У сучасному менеджменті забезпечення організаційно-економічної безпеки підприємств-суб'єктів агробізнесу, як правило, застосовується індикативний аналіз як метод соціальних та економічних досліджень [2, 4-7]. Істотною властивістю такого аналізу є виявлення тенденцій зміни рівня організаційно-економічної безпеки, яка проявляється в індикаторах, здатних свідчити про їх організаційно-економічну стабільність (фінансова стійкість, рентабельність виробництва, ефективність, ліквідність, прибутковість, конкурентоспроможність продукції, ринкова частка, продуктивність ресурсів, плінність кадрів, величина зарплати, соціальні виплати, соціальна відповідальність тощо).

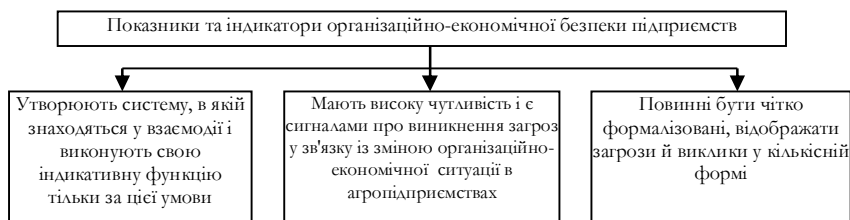


Рис. 2. Властивості індикаторів організаційно-економічної безпеки підприємств

Тому переважаючими кількісними показниками й індикаторами організаційно-економічної безпеки суб'єктів агробізнесу є такі з них, які відповідають певним властивостям (рис. 2).

Висновки. Таким чином, функціонування системи показників та індикаторів безумовно важливими є всі три групи властивостей, однак найбільш важливою є властивість синергії, яка проявляється у т.ч. й у можливості виявлення наростання загроз і викликів при співставленні їх кількісних значень у комплексі й взаємозв'язку. При певних значеннях показників та індикаторів, що свідчать про наростання загроз і викликів, їх взаємозв'язок здатний зробити його більш очевидним [8, с. 79]. Можливість одержання такої інформації у менеджменті дозволить оцінити загрози й виклики безпеці на початковій стадії й прийняти комплекс необхідних управлінських стратегічних рішень для їх попередження, ліквідації, або зменшення небажаних наслідків.

Література.

1. **Андрушків Б.М.** Економічна та майнова безпека підприємства і підприємництва. 2008. *Антирейдерство*. 424 с.
2. **Батюк Л.А.** Суспільні ринкові трансформації: глобальний контекст. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки*. 2018. Вип. 193. С. 110-120.
3. **Батюк Л.А.** Транснаціоналізація національних економічних систем в умовах глобалізації. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки*. 2018. Вип. 200. С. 95-103.
4. **Гапак Н.М.** Економічна безпека підприємства: сутність, зміст та основи оцінки. *Науковий вісник Ужгородського університету: Серія: Економіка*. 2013. № 3(40). С. 62-65.
5. **Гичева Н.Ю.** Діагностика економічної безпеки підприємства. *Економіка: проблеми теорії та практики*, 2004. № 247. С. 634-636.
6. **Живко З.Б.** Економічна безпека підприємства: сутність, механізм забезпечення та управління. Монографія. 2012. 260 с.
7. **Забродский В., Капустин Н.** Теоретические основы оценки экономической безопасности отрасли и фирмы. *Бизнес-информ*, 1999. № 15-16. С. 35-37.
8. **Карачина Н.П.** Методичний інструментарій оцінювання економічної безпеки підприємства. *Логістика. Вісник Національного університету «Львівська політехніка*. 2010. № 690. С. 302-309.
9. **Квятко Т.М.** Співвідношення категорій «ефективність» та «конкурентоспроможність»: теоретичні засади досліджень, загальні риси та особливості. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва: Економічні науки*, 2014. № 3. С. 157-162.
10. **Квятко Т.М.** Генезис наукових основ теорії конкуренції. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки*. 2017. Вип. 182. С. 154-162.
11. **Ковальов Д., Пастникова І.** Кількісна оцінка рівня економічної безпеки підприємства. *Економіка України*. 2001. № 4. С. 35-40.

12. **Ляшенко О.М., Безбожний В.А.** Забезпечення організаційно-економічної безпеки підприємства як функція сучасного менеджменту. *Наукові праці ДНТУ. Серія: економічна*. 2008. № 33-1(128). С. 66-72.

13. **Пашун С.В.** Проблемні аспекти дослідження кон'юнктури сільськогосподарського ринку в Україні. *Агроsvit*. 2018. № 15-16. С. 52-55.

14. **Пашун С.В.** Ефективний розвиток агропродовольчої сфери: методологічний аспект. *Історія економічної думки*. 2018. 73 с.

15. **Рижикова Н.І.** Генезис теорій конкуренції та прикладні засади їх імплементації в інноваційно-інвестиційному розвитку соціально-економічних систем. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2017. № 4. С. 45-54.

16. **Руденко С.В.** Архітектура організаційно-економічного механізму управління розвитком виробничого потенціалу аграрних підприємств. *Вісник ХНАУ*. 2015. № 5. С. 220-227.

17. **Руденко С.В.** Виробничий потенціал аграрного підприємства: економічна сутність та роль у формуванні економічного потенціалу. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ. 2016. Вип. 172. С. 175-181.

18. **Babenko V., Perevozova I., Maliy O., & Mykolenko I.** (2019). World informatization in conditions of international globalization: factors of influence. *Global. J. Environ. Sci. Manage.*, 5(SI): pp. 172-179. DOI: 10.22034/IJHCUM.2019.05.SI.19

19. **Faiier O., Arefieva O., Miahkykh I., & Khloponina-Gnatenko O.** (2019). Risk management in the sphere of state economic security provision using professional liability insurance. *Global Journal of Environmental Science and Management*, 5(Special Issue), pp. 51-60. doi: 10.22034/gjesm.2019.05.SI.06

20. **Sievidova I.A.** (2017). Factors affecting the economic management efficiency of agricultural enterprises in Ukraine. *Problems and Perspectives in Management*. № 15(2). pp. 204-211.

21. **Tinbergen J., & Haag D.** (1973). Exhaustion and Technological Development. *Macro-Dynamic Policy Model*. № 33. pp. 213-234.

References.

1. **Andrushkiv B.M.** (2008). *Ekonomichna ta maynova bezpeka pidpryyemstva i pidpryyemnytstva. Antyreyderstvo* [Economic and property security of the enterprise and business. Anti-raiding]. p. 424 [in Ukrainian].

2. **Batuyk L.A.** (2018). Suspil'ni rynkovi transformatsiyi: hlobal'nyy kontekst [Public Market Transformations: Global Context]. *Visnyk Kharkiv's'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*, no. 193, pp. 110-120 [in Ukrainian].

3. **Batuyk L.A.** (2018). Transnatsionalizatsiya natsional'nykh ekonomichnykh system v umovakh hlobalizatsiyi [Transnationalization of national economic systems in the conditions of globalization]. *Visnyk Kharkiv's'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*, no. 200, pp. 95-103. [in Ukrainian].

4. **Hapak N.M.** (2013). Ekonomichna bezpeka pidpryyemstva: sutnist', zmist ta osnovy otsinky [Economic security of the enterprise: essence, content and basics of evaluation]. *Naukovy visnyk Uzhgorod'skoho universytetu: Seriya: Ekonomika – Uzhgorod University Scientific Bulletin: Series: Economics*, no. 3(40), pp. 62-65 [in Ukrainian].

5. **Hycheva N.Yu.** (2004). Diahnostyka ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstva [Diagnosis of economic security of the enterprise]. *Ekonomika: problemy teorii ta praktyky – Economics: Problems of Theory and Practice*, no. 247, pp. 634-636 [in Ukrainian].

6. **Zhyvko Z.B.** (2012). *Ekonomichna bezpeka pidpryyemstva: sutnist', mekhanizm zabezpechennya ta upravlinnya* [Economic security of the enterprise: essence, mechanism of providing and management]. p. 260. [in Ukrainian].

7. **Zabrodskiy V., & Kapustin N.** (1999). Teoreticheskiye osnovy otsenki ekonomicheskoy bezopasnosti otrasli i firmy [The theoretical basis for assessing the economic security of the industry and the company]. *Biznes-inform – Business Inform*, no. 15-16, pp. 35-37 [in Russian].

8. **Karachyna N.P.** (2010). Metodichnyy instrumentariy otsinyuvannya ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstva [Methodical toolkit for assessing the economic security of the enterprise]. *Lobistyka. Visnyk Natsional'noho universytetu L'viv's'ka politekhnika – Logistics. Bulletin of the National University of Lviv Polytechnic*, no. 690, pp. 302-309 [in Ukrainian].

9. **Kvyatko T.M.** (2014). Spivvidnoshennya katehoriy «efektyvnist'» ta «konkurentospromozhnist'»: teoretychni zasady doslidzhen', zahal'ni rysy ta osoblyvosti [Comparison of the categories of "efficiency" and "competitiveness": theoretical background, general features and features]. *Visnyk Kharkiv's'koho natsional'noho ahrarynogo universytetu im. V.V. Dokuchayeva: Ekonomichni nauky – Bulletin of Kharkiv National Agrarian University named after V.V. Dokuchaev: Economic Sciences*, no. 3, pp. 157-162 [in Ukrainian].

10. **Kvyatko T.M.** (2017). Henezys naukovykh osnovnykh teoriy konkurentsii [Genesis of the scientific principles of competition theory]. *Visnyk Kharkiv's'koho natsional'noho tekhnichnogo universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*, no. 182, pp. 154-162 [in Ukrainian].

11. **Koval'ov D., & Plyetnykova I.** (2001). Kil'kiska otsinka rivnya ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstva [Quantitative assessment of the level of economic security of the enterprise]. *Ekonomika Ukrayiny – Economy of Ukraine*, no. 4, pp. 35-40 [in Ukrainian].

12. **Lyashenko O.M., & Bezbozhnyy V.L.** (2008). Zabezpechennya orhanizatsiyno-ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstva yak funktsiya suchasnoho menedzhmentu [Ensuring organizational and economic security of the enterprise as a function of modern management]. *Naukovi pratsi DNTU. Seriya: ekonomichna – Scientific works of DNTU. Series: Economic*, no. 33-1(128), pp. 66-72 [in Ukrainian].

13. **Plyhun S.V.** (2018). Problemni aspekty doslidzhennya kon'yunktury sil's'kohospodars'koho rynku v Ukraini [Problematic aspects of agricultural market research in Ukraine]. *Abrosvit - Agrosvit*, no. 15-16, pp. 52-55 [in Ukrainian].

14. **Plyhun S.V.** (2018). Efektyvnyy rozvytok ahroprodovol'choyi sfery: metodolohichnyy aspekt [Effective development of the agro-food sector: a methodological aspect]. *Istoriya ekonomichnoyi dumky – History of Economic Thought*, p. 73 [in Ukrainian].

15. **Ryzhykova N.I.** (2017). Henezys teorii konkurentsii ta prykladni zasady yikh implementatsii v innovatsiyno-investytsynomu rozvytku sotsial'no-ekonomichnykh system [Genesis of competition theories and applied principles of their implementation in innovation and investment development of socio-economic systems]. *Aktual'ni problemy innovatsynoi ekonomiky – Actual problems of innovative economy*, no. 4, pp. 45-54 [in Ukrainian].

16. **Rudenko S.V.** (2015). Arkhitektura orhanizatsiyno-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnya rozvytkom vyrobnychoho potentsialu ahrarynykh pidpryyemstv [Architecture of organizational and economic mechanism for managing the development of production potential of agricultural enterprises]. *Visnyk KHNAU – KhNAU Bulletin*, no. 5, pp. 220-227 [in Ukrainian].

17. **Rudenko S.V.** (2016). Vyrobnychyy potentsial ahrarynoho pidpryyemstva: ekonomichna sutnist' ta rol' u formuvanni ekonomichnoho potentsialu [Agricultural production potential: economic essence and role in economic potential formation]. *Visnyk KHNTUSG: Ekonomichni nauky – Bulletin KHNTUA: Economic Sciences*, issue. 172, pp. 175-181 [in Ukrainian].

18. **Babenko V., Perevozova I., Maliy O., Mykolenko I.** (2019). World informatization in conditions of international globalization: factors of influence. *Global. J. Environ. Sci. Manage.*, 5(SI): pp. 172-179. DOI: 10.22034/IJHCUM.2019.05.SI.19 [in English].

19. **Faiier O., Arefieva O., Miahkykh I., & Khloponina-Gnatenko O.** (2019). Risk management in the sphere of state economic security provision using professional liability insurance. *Global Journal of Environmental Science and Management*, 5 (Special Issue), pp. 51-60. doi: 10.22034/gjesm.2019.05.SI.06 [in English].

20. **Sievdova I.A.** (2017). Factors affecting the economic management efficiency of agricultural enterprises in Ukraine. *Problems and Perspectives in Management*, no. 15(2), pp. 204-211 [in English].

21. **Tinbergen J., & Haag D.** (1973). Exhaustion and Technological Development. *Macro-Dynamic Policy Model*, no. 33, pp. 213-234 [in English].

Анотація.

Лізут Р.А. Критерії класифікації стратегій управління безпекою основної діяльності підприємств.

В статті досліджено стратегії управління безпекою основної діяльності підприємств. Для функціонування системи показників та індикаторів безумовно важливими є всі три групи властивостей, однак найбільш важливою є властивість синергії,

яка проявляється у т.ч. й у можливості виявлення наростання загроз і викликів при співставленні їх кількісних значень у комплексі й взаємозв'язку. При певних значеннях показників та індикаторів, що свідчать про наростання загроз і викликів, їх взаємозв'язок здатний зробити його більш очевидним. Можливість одержання такої інформації у менеджменті дозволить оцінити загрози й виклики безпеці на початковій стадії й прийняти комплекс необхідних управлінських стратегічних рішень для їх попередження, ліквідації, або зменшення небажаних наслідків.

Ключові слова: стратегія, організаційно-економічна безпека, стратегічне управління, механізм, ефективність, підприємство.

Аннотация.

Лизут Р.А. Критерии классификации стратегий управления безопасностью основной деятельности предприятий.

В статье исследованы стратегии управления безопасностью основной деятельности предприятий. Для функционирования системы показателей и индикаторов безусловно важны все три группы свойств, однако наиболее важной является свойство синергии, которая проявляется в том числе и в возможности выявления нарастания угроз и вызовов при сопоставлении их количественных значений в комплексе и взаимосвязи. При определенных значениях показателей и индикаторов, свидетельствующих о нарастании угроз и вызовов, их взаимосвязь способна сделать их более очевидными. Возможность получения такой информации в менеджменте позволит оценить угрозы и вызовы безопасности в начальной стадии и принять комплекс необходимых управленческих стратегических решений по их предупреждению, ликвидации или уменьшению нежелательных последствий.

Ключевые слова: стратегия, организационно-экономическая безопасность, стратегическое управление, механизм, эффективность, предприятие.

Abstract.

Lizut R.A. Criteria for classification of safety management strategies of the main activity of enterprises.

The article explores the strategies of managing the security of the main activity of enterprises. The functioning of a system of indicators and indicators are absolutely important for all three groups of properties, but the most important is the synergy property, which is manifested in the. and in the possibility of detecting an increase in threats and challenges when comparing their quantitative values in the complex and the relationship. With certain values of indicators and indicators that indicate an increase in threats and challenges, their relationship can make it more obvious. Being able to obtain such information in management will allow you to assess the security threats and challenges at an early stage and make a set of necessary management strategic decisions to prevent, eliminate, or mitigate the undesirable consequences.

Key words: strategy, organizational and economic security, strategy management, mechanism, efficiency, enterprise.

ВИДИ ЕФЕКТИВНОСТІ У ПУБЛІЧНОМУ АДМІНІСТРУВАННІ ТА КРИТЕРІЇ ЇХ ОЦІНЮВАННЯ

*ПОДОЛЬСЬКА О.В., к.е.н, доцент,
ХАРЧЕВНИКОВА Л.С., СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ,
ДЬЯКОВА К.В., ЗДОБУВАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІАБСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА*

Постановка проблеми у загальному вигляді. На сьогоднішній день реформа державного управління є однією з основних реформ у країнах з перехідною економікою, що здійснюють комплексні реформи у різних сферах державної політики [1]. Але вдосконалення системи державного управління повинне приносити позитивний суспільний ефект та результат. Тому для дослідження доцільності розробки та впровадження будь яких змін у державному управлінні, необхідно сформулювати такі критерії ефективності, які б вказували на наявність чи відсутність реального ефекту від змін у державному управлінні.

У сучасному мінливому середовищі, зрозуміти наскільки вірна обрана стратегія розвитку держави можливо лише за допомогою співставлення критеріїв результативності та ефективності публічного адміністрування, це також дає можливість оцінити правильність рішень вищого законодавчого рівня, та їх реалізацію на рівні безпосередніх виконавців [7-9].

Саме тому метою написання статті є вироблення критеріїв демократичності функціонування виконавчої гілки влади та адміністративного апарату, а також виділення показників вимірювання критеріїв ефективності, придатних для практичного використання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Існує багато українських та зарубіжних спеціальних джерел, що стосуються методологічних та прикладних аспектів визначення основних критеріїв ефективності публічного адміністрування. Вивченню цього питання присвячені праці: В. Авер'янов, Г. Атаманчук, В. Бакуменко, О. Бойко-Бойчук, Є. Григоніс, Л. Григорян, Н. Єсипчук, А. Жирнов, В. Керецман, В. Князев, М. Крутлов, П. Надолішній, Н. Нижник, О. Оболенський, Г. Одінцова, Ю. Тихомиров, О. Фомін, О. Черниш, Л. Юзьков та ін. Однак їх особливість полягає в тому, що це або

методологічні праці, що характеризують визначальні риси та особливості соціального ефекту як політичний та суспільний лад, або ж це масштабні, а найчастіше глобальні, дослідження рейтингового характеру, які лише поверхово можуть дати оцінку публічному адмініструванню на всіх рівнях.

Формулювання цілей статті Головною метою і завданням дослідження є розкриття змісту процесу удосконалення ефективності у публічному адмініструванні у сучасних умовах, дослідження окремих аспектів ефективності у публічному адмініструванні з метою їх застосування в публічній сфері. А також узагальнити теоретичні підходи, та визначити їх основи сутності та сучасні функції при застосуванні критеріїв ефективності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для України використання таких методик може служити лише відправною точкою для вироблення власної методики оцінювання демократичності на всіх рівнях функціонування виконавчої влади і її складових частин, а саме адміністративного апарату у специфічних умовах України [2].

Виділення основних критеріїв ефективності публічного адміністрування перш за все необхідне для того, щоб мати реальну оцінку діяльності влади у країні, визначити ступінь соціального ефекту від здійсненого управління.

Взагалі, термін «Критерії ефективності» означає [3]:

- відповідність результатів управлінської діяльності правовому статусу органу і державної посади;
- законність і обґрунтованість рішень;
- взаємозв'язок органів державної влади, з громадянами; соціальна спрямованість вмісту управлінських актів;
- правдивість і доцільність управлінської інформації

Тобто критерії ефективності становлять собою ознаки, сторони, прояви управління, аналізуючи які можна визначати рівень і якість управління, його відповідність потребам та інтересам суспільства.

Соціальна ефективність державного управління розкриває результати функціонування системи, тобто сукупності суб'єкта і об'єктів державного управління, має комплексний характер.

Беручи до уваги зазначене, розрізняють три основних поняття ефективності державного управління [4-5]:

- загальну соціальну ефективність державного управління;
- спеціальну соціальну ефективність державного управління (ефективність організації і функціонування суб'єктів державного управління);

– конкретну соціальну ефективність державного управління (ефективність діяльності управлінських органів і посадових осіб тощо).

У таблиці представлені основні критерії соціальної ефективності публічного адміністрування та їх показники.

Таблиця 1

Критерії соціальної ефективності публічного адміністрування та їх показники

<i>Назва критерію</i>	<i>Показники</i>
Критерії загальної соціальної ефективності державного управління — це ті, які дають можливість бачити і, бажано, вимірювати досягнутий через державне управління рівень задоволення назрілих потреб, інтересів і цілей суспільства, окремої соціальної групи, конкретної особи. На їх основі можна визначити найголовніше: зв'язок державного управління і суспільства.	Рівень продуктивності праці, співвіднесений зі світовими параметрами за її відповідними видами; темпи і масштаби приросту національного багатства; рівень життя населення порівняно зі стандартами розвинутих країн; впорядкованість, безпеку, сталість та надійність суспільних відносин, їх відтворення з наростаючим позитивним результатом.
Група критеріїв спеціальної соціальної ефективності державного управління розкриває і характеризує якість (рівень) всієї сукупності органів державної влади і місцевого самоврядування в єдності їх цілепокладання, організації і функціонування.	Цілеорієнтованість організації і функціонування державно-управлінської системи, її великих підсистем та інших організаційних структур; витрати часу на вирішення управлінських питань і здійснення управлінських операцій; функціонування державно-управлінської системи, її підсистем та інших організаційних структур; складність організації суб'єкта державного управління, його підсистем і ланок; витрати на утримання і забезпечення функціонування державно-управлінської системи.
В оцінці ефективності державного управління важлива роль належить критеріям конкретної соціальної ефективності діяльності кожного управлінського органу (органу державної влади чи органу місцевого самоврядування) і посадової особи, кожного одиничного управлінського рішення, дій, впливу.	Ступінь відповідності напрямів, змісту і результатів управлінської діяльності органів (посадових осіб) тим параметрам, які відображені її правовому статусі; законність рішень і дій органів державної влади та органів місцевого самоврядування, а також їх посадових осіб; реальність управлінських впливів; зміст управлінських актів (рішень, вчинків, дій і т. д.) з погляду відображення в них запитів і потреб людей, спрямованості на їх добробут і розвиток; міра забезпечення в рішеннях і діях органу і його посадових осіб престижу держави; правдивість і доцільність управлінської інформації, яка видається.

Великою перевагою використання приведених критеріїв є те, що деякі з них можна отримати розрахунковим шляхом, тобто виміряти їх кількісно. Це дасть змогу більш точно та ефективно оцінити діяльність органів публічного адміністрування, побачити тенденцію їх діяльності, а також виявити слабкі сторони діяльності органів влади [10].

Врахування усіх цих критеріїв при аналізі ефективності державного управління надасть змогу виключати дублювання, паралелізм як у діяльності самих органів державної влади, так і в розподілі повноважень між ними та органами місцевого самоврядування, а також виявляти ділянки суспільної життєдіяльності, що залишилися поза необхідними управлінськими впливами.

Можна констатувати, що навіть існуюча сьогодні в Україні сфера публічного управління є неефективною, через те що [11-12]:

- 1) Сфера державного управління ускладнена надмірного політизацією та «ручним керуванням»;
- 2) Чисельна армія бюрократії та чиновництва намагається розвивати постулати демократії;
- 3) Представники державної номенклатури реалізують владні повноваження керуючись власними інтересами, або інтересами партії завдяки отримали свої посади;
- 4) Надмірна централізація системи державного управління;
- 5) Надмірне втручання держави в економічну сферу діяльності, замість концентрування уваги на соціально-гуманітарних та адміністративних функціях;
- 6) Відсутність концепцій реформування та створення правової бази державного управління.

Таким чином, вважаємо, що ці ж причини унеможливають створення ефективної сучасної системи державного управління.

Для вдосконалення взаємодії інститутів публічної адміністрації з громадянами, надання їм якісних управлінських послуг в усіх сферах життєдіяльності (економічній, правовій, соціально-культурній та ін.), а також для загального підвищення ефективності публічного адміністрування необхідно провести ефективне реформування [13].

Сучасні процеси реформування публічного адміністрування та демократизації українського суспільства повинні включати не лише застосування нових управлінських проектів та програм реформування, а й упровадження інноваційних технологій та моделей управління. Такі моделі публічного управління, як «new public management», «governance» і «goodgovernance» успішно випробувані багатьма розвиненими країнами світу, сутність цих моделей управління полягає в поступовому

переході від виконавчо-розпорядчих форм управління до врядування, орієнтованого на задоволення потреб та інтересів населення (споживачів послуг) [14].

Висновки Отже нами було виявлено, що оцінка результативності публічного адміністрування є досить важким завданням через складність вимірювання по-перше, результатів діяльності, які, як було вже зазначено вище, мають місце на державному рівні, на рівні діяльності окремого органу публічного адміністрування та як результат виконання своїх обов'язків окремими державними службовцями. Адаже ці результати мають як безпосередню форму (надання адміністративних послуг) та і опосередковану форму. Все це призвело до виникнення великої сукупності різних метрик, присвячених вимірюванню результативності публічного адміністрування.

Література.

1. **Дзюндзюк В.Б.** Ефективність діяльності публічних організацій: [монографія]. Х.: Магістр, 2008. 236 с.
2. **Приходченко А.А.** Забезпечення ефективності державного управління: теоретико-методологічні засади: [монографія]. Одеса: Оптимум, 2009. 300 с.
3. **Цвєтков В.В.** Державне управління: основні фактори ефективності (політико-правовий аспект). Х.: Право, 2011. 164 с.
4. **Колодій А.Ф.** Демократичне урядування та публічне адміністрування: проблеми вимірювання й аудиту: науково-методичний посібник. Київ: НАДУ, 2011. 29 с.
5. **Малиновський В.Я.** Державне управління: навчальний посібник. 3-тє вид. переробл. та доповн. К.: Атіка, 2009. 608 с.
6. **Мельтюхова Н.М.** Державне управління як єдність діяльності та відносин: [монографія]. Х.: Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2010. 204 с.
7. **Островерх О.В., Родіонов О.В.** Необхідність управління змінами в організації. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки.* 2016. Вип. 172. С. 62-68.
8. **Островерх О.В., Корнієцький О.В., Гацько А.Ф.** Регулювання соціально – економічного розвитку регіону, як важливий чинник державного управління. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки.* 2016. Вип. 174. С. 67-74.
9. **Подольська О.В., Богомолова К.С., Краля В.Г.** Публічне адміністрування та процес прийняття управлінських рішень. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: Економічні науки.* 2017. Вип. 174. С. 66-74.
10. **Чернов С.І., Гайдученко С.О.** Текст лекцій з дисципліни «Публічне адміністрування. Х.: ХНУМГ, 2014. 97 с.

11. Публічне управління: шляхи розвитку: матеріали наук.-практ. конф. за міжнар. участю (Київ, 26 листоп. 2014 р.): у 2 т. / [за наук. ред. **Ю.В. Ковбасюка, С.А. Романюка, О.Ю. Оболенського**]. К.: НАДУ, 2014. Т. 1. 150 с.

12. **Грицяк А.І.** Публічне управління в Україні: становлення за європейськими стандартами. URL: [http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2014-02\(12\)/22.pdf](http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2014-02(12)/22.pdf)

13 **Bozeman B., Straussman J.D.** Public Management Strategies. — San Francisco: Jossey-Bass, 2000.

14. **Caiden G.** The Dynamics of Public Administration. — Hinsdale: Dryden Press, 2001.

References.

1. **Dziundziuk V.B.** (2008). *Efektivnist diialnosti publichnykh orhanizatsii* [The effectiveness of public organizations]. Kharkiv: Mahistr, p. 236 [in Ukrainian].

2. **Prykhodchenko L.L.** (2009). *Zabezpechennia efektyvnosti derzhavnoho upravlinnia: teoretyko-metodolohichni zasady* [Ensuring the efficiency of public administration: theoretical and methodological foundations]. Odesa Optimum, p. 300 [in Ukrainian].

3. **Tsvietkov V.V.** (2011). *Derzhavne upravlinnia: osnovni faktory efektyvnosti (polityko-pravovyi aspekt)* [Public administration: main factors of effectiveness (political and legal aspect)]. Kharkiv: Pravo, p. 164 [in Ukrainian].

4. **Kolodii A.F.** (2011). *Demokratyчне uriaduvannia ta publichne administruvannia: problemy vymiriuвання y audytu* [Democratic Governance and Public Administration: Measuring and Auditing Issues]. Kyiv: NADU, p. 29 [in Ukrainian].

5. **Malynovs'kyi V.Ya.** (2009). *Derzhavne upravlinnya* [Public Administration]. Kyiv: Atika, p. 608 [in Ukrainian].

6. **Mel'tyukhova N.M.** (2010). *Derzhavne upravlinnya yak yednist' diyal'nosti ta vidnosyn* [Public administration as a unity of activity and relations]. Kharkiv: Vyd-vo KharRI NADU «Mahistr», p. 204 [in Ukrainian].

7. **Ostroverkh O.V.** (2016). Neobkhdnist upravlinnia zminamy v orhanizatsii [The need for change management in organizations]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu sil'skoho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky* – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture named after: Economic Sciences, issue 172, pp. 62-68 [in Ukrainian].

8. **Ostroverkh O.V.** (2016). Rehuliuvannia sotsialno-ekonomichnoho rozvytku rehionu, yak va-zhlyvyi chynnyk derzhavnoho upravlinnia [Regulation socio-economic development of the region as an important factor in public administration]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu sil'skoho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky* – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture named after: Economic Sciences, issue 174, pp. 67-74 [in Ukrainian].

9. **Podolska O.V.** (2017). Publichne administruvannia ta protses pryiniattia upravlinskykh rishen [Public administration and management decision making process]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu sil'skoho*

hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture named after: Economic Sciences, issue 188, pp. 66-74 [in Ukrainian].

10. **Chernov S.I.** (2014) *Tekst leksii z dysypliny «Publichne administruvannia»* [Text of the lectures on the discipline «Public administration»]. Kharkiv: KhNUMH, p. 97 [in Ukrainian].

11. *Publichne upravlinnia: shliakhy rozvytku*. materialy nauk.-prakt. konf. za mizhnar. uchastiu – *Public administration: ways of development: materials of scientific-practical. Conf. for the international. participation*] (Kyiv, 26.11.2014). Vol. 1-2. Kyiv: NADU, Vol. 1, p. 150 [in Ukrainian].

12. **Hrytsiak A.I.** (2014). *Publichne upravlinnia v Ukraini: stanovlennia za yevropeiskymy standartamy* [Public Administration in Ukraine: Becoming European]. www.dbupa.dp.ua. Retrieved from: [http://www.dbupa.dp.ua/zbirnik/2014-02\(12\)/22.pdf](http://www.dbupa.dp.ua/zbirnik/2014-02(12)/22.pdf) [in Ukrainian].

13. **Bozeman B., & Straussman J.D.** (2000). *Public Management Strategies*. San Francisco: Jossey-Bass [in English].

14. **Caiden G.** (2001). *The Dynamics of Public Administration*. Hinsdale: Dryden Press [in English].

Анотація.

Подольська О.В., Харчевнікова Л.С., Дьякова К.В. Види ефективності у публічному адмініструванні та критерії їх оцінювання.

У статті розглянуто теоретичні основи розробки та обґрунтування заходів щодо підвищення ефективності публічної діяльності державних установ. Вивчено значення оцінювання у публічному адмініструванні, необхідності її проведення. Доведено, що застосування критеріїв оцінки ефективності публічного адміністрування дозволить активізувати успішне проведення реформування системи місцевого самоврядування та територіальної організації влади, як ефективний метод реформування системи надання адміністративних послуг. Надано пропозиції щодо підвищення ефективності публічної діяльності державної установи.

Ключові слова: ефективність, результативність, ефективність публічного адміністрування, оцінювання публічного адміністрування, публічна установа.

Аннотация.

Подольская О.В., Харчевникова Л.С., Дьякова К.В. Виды эффективности в публичном администрировании и критерии их оценивания.

В статье рассмотрены теоретические основы разработки и обоснования мероприятий по повышению эффективности публичной деятельности государственных учреждений. Изучено значение оценки в публичном администрировании, необходимости ее проведения. Доказано, что применение критериев оценки эффективности публичного администрирования позволит активизировать успешное проведение реформирования системы местного самоуправления и территориальной организации власти, как

эффективный метод реформирования системы предоставления административных услуг. Даны предложения по повышению эффективности публичной деятельности государственного учреждения.

Ключевые слова: *эффективность, результативность, эффективность публичного администрирования, оценки публичного администрирования, публичная учреждение.*

Abstract.

Podolska O.V., Kharchevnikova L.S., Dyakova K.V. Types of efficiency in public administration and criteria for their evaluation.

The theoretical bases of development and substantiation of measures on increase of efficiency of public activity of state institutions are considered in the article. The importance of evaluation in public administration is studied, the necessity of its conducting. It is proved that the application of criteria for evaluation of efficiency of public administration will enable to activate successful reforming of the system of local self-government and territorial organization of government, as an effective method of reforming the system of providing administrative services. Suggestions are made to improve the efficiency of public activity of a public institution.

Key words: *efficiency, effectiveness, efficiency of public administration, evaluation of public administration, public institution.*

УДК 338.431:631

МОДЕЛЮВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

**ОМЕЛЬЧЕНКО Г.Ю., СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Для подальшого розвитку сільських територій та з метою реалізації інвестиційного проекту в дослідженні сформовано модель туристичної структури на базі окремої території. Дана модель створення агротуристичного кластеру відповідає Програмі розвитку культури і туризму району на 2019-2023 рр. Крім інвестиційної привабливості, стратегічне управління підприємствами сфери туризму має на меті залучення новітнього управлінського інструментарію, зокрема, запровадження маркетингової діяльності. Інструментарій маркетингової діяльності підприємств з урахуванням галузевої специфіки та особливостей відповідного інформаційного забезпечення має формуватись на засадах

комунікаційної політики, зокрема, з елементами брендингу, PR-технологій, інтернет- та діджитал-маркетингу, а також з урахуванням особливостей поведінки споживачів для забезпечення конкурентоспроможності підприємств на рівні стратегічного управління та економічного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проведене дослідження дозволяє виокремити складові забезпечення конкурентоспроможного розвитку сільських територій за допомогою інструментарію стратегічного управління. До інституцій стратегії розвитку підприємств туризму та сільського зеленого туризму віднесено:

- економічний блок (інфраструктурне забезпечення, податкові знижки, інвестиції, окремі тарифи, банківський кредит, фінансова підтримка з боку держави тощо);

- управлінський блок (кваліфікація кадрів, маркетинг, брендинг, товаропросування, дослідження поведінки споживача, інформаційні компоненти (реклама, медіа, друковані видавництва тощо),

- безпечність туристичних послуг, координація (асоціації туристичних операторів, робочі групи),

наявність офіційних статистичних даних в сфері туризму, що дозволить об'єктивно оцінювати динаміку розвитку,

- регулювання діяльності учасників туристичного ринку, чинники провадження внутрішньої та зовнішньої туристичної діяльності.

Формування моделі економічного розвитку впливає на результат за двома напрямками: зменшення витрат та збільшення ціни.

Стратегічні цінові цілі включають:

- покриття затрат й забезпечення максимального можливого прибутку;

- забезпечення високого рівня продажів і частки ринку;

- забезпечення стратегії цінового лідерства;

- орієнтація на конкурентів з метою швидкого реагування на зміни в ринковому середовищі з одночасною зміною власної стратегії.

Змістовне наповнення принципів функціонування підприємств туризму при формуванні моделей економічного розвитку представлено принципами. Принципами функціонування підприємств туризму при формуванні моделей економічного розвитку виокремлено:

- екологічність;

- сталий розвиток;

- ефективність;

- соціальне партнерство з широким колом зацікавлених організацій на всіх рівнях;
- адекватність;
- диференційованість підходів.

Крім інвестиційної привабливості, стратегічне управління підприємствами сфери туризму має на меті залучення новітнього управлінського інструментарію, зокрема, запровадження маркетингової діяльності.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в опрацюванні рекомендацій щодо запровадження інструментів стратегічного управління, а також моделювання конкурентних стратегій розвитку підприємств сфери сільського зеленого туризму з урахуванням можливостей кластеризації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інструментарій маркетингової діяльності підприємств з урахуванням галузевої специфіки та особливостей відповідного інформаційного забезпечення має формуватись на засадах комунікаційної політики, зокрема, з елементами брендингу, PR-технологій, інтернет- та діджитал-маркетингу, а також з урахуванням особливостей поведінки споживачів для забезпечення конкурентоспроможності підприємств на рівні стратегічного управління та економічного розвитку.

Основні напрями інноваційної діяльності в туристичних підприємствах поділено на три блоки:

- радикальні інновації (формування через використання нових ресурсів, просування за допомогою нових технологій та реалізації на засадах появи нового ринку збуту),
- комбіновані інновації (формуватимуться через запровадження окремих послуг з оновленими якістьми, товаропросування через використання нових маркетингових заходів, реалізуються на нових ринках збуту);
- удосконалювальні інновації (формуються за допомогою змін в організації процесів надання туристичних послуг, товаропросування використовується на засадах методів стимулювання збуту, а реалізація забезпечує збереження існуючого рівня чи посилення існуючої ринкової позиції підприємства) [5, 15].

Саме вони є основою економічного розвитку й економічних резервів збільшення прибутку підприємств, а також базою для формування інвестиційних стратегій розвитку.

Моделювання стратегії розвитку сільського зеленого туризму: «Розвиток сільського підприємництва та інфраструктури агротуристичного кластера».

Модель створення туристичного кластеру забезпечуватиме економічний розвиток підприємств туризму та сільського зеленого туризму за соціальною сферою:

- створення нових робочих місць;
- збереження та відновлення історико-культурної спадщини;
- розвиток відпочинково-рекреаційної зони;
- створення мережі сервісних підприємств.

Економічна сфера:

- розвиток малого підприємництва і фермерства на селі;
- залучення туристичного потоку;
- додатковий дохід від обслуговування туристів і відпочиваючих;
- зростання бюджетних надходжень;
- залучення інвестицій в розвиток регіону;
- збільшення доходів сільських жителів;
- підвищення рівня зайнятості сільського регіону;
- збільшення обсягів виробництва і реалізації екологічно чистої сільськогосподарської продукції регіону і продуктів її переробки;
- підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції регіону і продуктів її переробки;
- розширення каналів збуту;
- впізнаваність продукції кластеру на ринку (логотип, слоган, брендбук).

Перелік соціально-економічних вигод, які отримають мешканці проектної території агротуристичного кластера в результаті реалізації проекту:

1. Соціальна сфера:

- створення нових робочих місць;
- збереження та відновлення історико-культурної спадщини;
- розвиток відпочинково-рекреаційної зони;
- створення мережі сервісних підприємств.

2. Економічна сфера:

- розвиток малого підприємництва і фермерства на селі;
- залучення туристичного потоку;
- додатковий дохід від обслуговування туристів і відпочиваючих;
- зростання бюджетних надходжень;
- залучення інвестицій в розвиток регіону;
- збільшення доходів сільських жителів;

- підвищення рівня зайнятості сільського регіону;
- збільшення обсягів виробництва і реалізації екологічно чистої сільськогосподарської продукції регіону і продуктів її переробки;
- підвищення конкурентоспроможності продукції регіону і продуктів її переробки;
- розширення каналів збуту;
- впізнаваність продукції кластеру на ринку (логотип, слоган, брендбук).

Для отримання перелічених вигод ми пропонуємо:

1. Проведення інформаційних зустрічей та навчання для фермерів, підприємців, дрібних виробників сільськогосподарської продукції і жителів проектної території агротуристичного кластеру.

2. Створення туристичного маршруту.

3. Створення об'єктів агротуристичної інфраструктури (будиночків для відпочинку, пікнік-зони, дитячого майданчику, кафе, оренди спортивного та риболовного інвентарю і т.д.).

4. Допомога у закупці і встановленні необхідного переробного обладнання для дрібних фермерів і домашніх господарств. Це дасть їм змогу реалізувати свою продукцію на місці, а їх виробничі потужності можуть стати об'єктами туристичного показу.

5. Розробка фірмового стилю продукції кластеру: логотипу, салогану та в подальшому – брендбуку.

6. Створення фермерської крамниці з фірмовою продукцією.

7. Проведення прес-туру.

8. Створення власної інтернет-сторінки, розміщення рекламних білбордів на трасах регіону, реклама в соціальних мережах.

9. Участь у виставці сільгоспвиробників з використанням власного фірмового стилю.

10. Створення відкритого простору з метою відродження українських історико-культурних та господарських традицій (проведення фольклорних фестивалів, обрядових свят, створення літнього табору для молоді з проведенням майстер-класів з народних ремесел (рільництва, ковальства, теслярства, гончарства, різьби по дереву, прядіння, вишивання, валяння з вовни, витинання, писанкарства, Петриківського і Яворівського розпису, розпису дзвоників, свічникарства, створення дерев'яних іграшок, народного оберегу, соломкоплетіння, ліплення свистунців, виготовлення крафтових сирів, виробництва домашніх фруктових і ягідних джемів, конфіторів та варення, випікання з тіста, ліплення вареників, приготування кулешу), а також проведення освітніх заходів для школярів та студентів щодо сталого сільського розвитку.

Висновки. Таким чином, розвиток сільських територій – важливе завдання, закладене в Державній стратегії регіонального розвитку України. Зважаючи на тренди та потреби українського села, вкрай актуальним є розвиток агротуристичних кластерів, які об'єднують в ефективну систему туристичні об'єкти, сільських жителів, фермерів, підприємців.

Література.

1. **Батюк А.А.** Суспільні ринкові трансформації: глобальний контекст. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки*. 2018. Вип. 193. С. 110-120.
2. **Батюк А.А.** Транснаціоналізація національних економічних систем в умовах глобалізації. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки*. 2018. Вип. 200. С. 95-103.
3. **Горкавий В.К.** Використання статистичних методів в маркетингових дослідженнях. *Економіка АПК*. 2008. № 7. С. 105-111.
4. **Квятко Т.М.** Співвідношення категорій «ефективність» та «конкурентоспроможність»: теоретичні засади досліджень, загальні риси та особливості. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва: Економічні науки*. 2014. № 3. С. 157-162.
5. **Лещенко А.О.** Стан, проблеми та перспективи розвитку овочівництва в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 12. С. 28-33.
6. **Мандич О.В.** Стратегії підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств: інструментальний підхід. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2016. Вип. 172. С. 141-146.
7. **Мармуль А.О.** Потенціал конкурентоспроможності підприємницької діяльності у галузі сільського зеленого туризму. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2017. № 1. С. 37-42.
8. **Нікітіна О.М.** PR-маркетинг як один з інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: економічні науки*. 2016. Вип. 177. С. 160-165.
9. **Нікітіна О.М.** Особливості впровадження маркетингових комунікацій в туристичні послуги. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: економічні науки*. 2016. Вип. 174. С. 212-218.
10. **Тимчур Г.М.** Перспективи розвитку сільських територій. 2019. С. 171-174.
11. **Романюк І.А.** Формування корпоративної культури та ділової репутації туристичних підприємств. *Економіка і менеджмент культури*. 2016. № 2. С. 26-31.

12. **Романюк І.А.** Нові чинники та концепції здійснення інтенсифікації сільського господарства. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2016. № 4. С. 60-63.

13. **Grynchuk J.** (2018). Development of rural green tourism in the regions of Ukraine on the basis of European integration.

14. **Lomovskykh L.O., Kovalenko O.O., Karasova N.A., Orzel A.** (2019). The algorithm of analysis of agricultural risks under influence of incomplete information about their parameters. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. № 3(30). pp. 112-120.

References.

1. **Batuyk L.A.** (2018). Suspil'ni rynkovi transformatsiyi: hlobal'nyy kontekst [Public Market Transformations: Global Context]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnogo universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*, no. 193, pp. 110-120 [in Ukrainian].

2. **Batuyk L.A.** (2018). Transnatsionalizatsiya natsional'nykh ekonomichnykh system v umovakh hlobalizatsiyi [Transnationalization of national economic systems in the conditions of globalization]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnogo universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*, no. 200, pp. 95-103 [in Ukrainian].

3. **Horkavyy V.K.** (2008). Vykorystannya statystychnykh metodiv v marketynhovyykh doslidzhennyyakh [Use of statistical methods in marketing research]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, no. 7, pp. 105-111 [in Ukrainian].

4. **Kvyatko T.M.** (2014). Spivvidnoshennya katehoriy «efektyvnist'» ta «konkurentospromozhnist'»: teoretychni zasady doslidzhen', zahal'ni rysy ta osoblyvosti [Comparison of the categories of «efficiency» and «competitiveness»: theoretical background, general features and features]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho abrrarnoho universytetu im. V.V. Dokuchayeva: Ekonomichni nauky – Bulletin of Kharkiv National Agrarian University named after V.V. Dokuchaev: Economic Sciences*, no. 3, pp. 157-162 [in Ukrainian].

5. **Leshchenko L.O.** (2017). Stan, problemy ta perspektyvy rozvytku ovochivnytstva v Ukraini [Status, Problems and Prospects of Vegetable Growing in Ukraine]. *Investytsiyi: praktyka ta korystuvannya – Investments: Practice and Use*, no. 12, pp. 28-33 [in Ukrainian].

6. **Mandych O.V.** (2016). Stratehiyi pidvyshchennya konkurentospromozhnosti ahrarnykh pidpryyemstv: instrumentalnyy pidkhid [Strategies for increasing the competitiveness of agricultural enterprises: an instrumental approach]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnogo universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*, no. 172, pp. 141-146 [in Ukrainian].

7. **Marmul' L.O.** (2017). Potensial konkurentospromozhnosti pidpryemnyts'koyi diyal'nosti u haluzi sil's'koho zelenoho turyzmu [Competitiveness potential of entrepreneurship in rural green tourism]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu – Bulletin of Berdiansk University of Management and Business*, no. 1, pp. 37-42. [in Ukrainian].

8. **Nikitina O.M.** (2016). PR-marketyn'g yak ody'n z instrumentiv pidvy'shennya konkurentospromozhnosti pidpry'emstva [PR-marketing as one of the tools of increasing the competitiveness of the enterprise]. *Visnyk Kharkiv's'koho natsional'noho tekhnichnogo universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*, no. 177, pp. 160-165 [in Ukrainian].

9. **Nikitina O.M.** (2016). Osoblyvosti vprovadzhennya marketynhovyykh komunikatsiy v turystychni posluhy [Features of introduction of marketing communications in tourist services]. *Visnyk Kharkiv's'koho natsional'noho tekhnichnogo universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*, no. 174, pp. 212-218 [in Ukrainian].

10. **Tymchur H.M.** (2019). Perspektyvy rozvytku sil's'kykh terytoriy [Prospects for rural development]. pp. 171-174 [in Ukrainian].

11. **Romanyuk I.A.** (2016). Formuvannya korporatyvnoyi kul'tury ta dilovoyi reputatsiyi turystychnykh pidpryemstv [Formation of Corporate Culture and Business Reputation of Tourist Enterprises]. *Ekonomika i menedzhment kul'tury - Economy and Management of Culture*, no. 2, pp. 26-31 [in Ukrainian].

12. **Romanyuk I.A.** (2016). Novi chynnyky ta kontseptsii zdiysnennya intensyfikatsiyi sil's'koho hospodarstva [New factors and concepts for the implementation of agricultural intensification]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu – Bulletin of Berdiansk University of Management and Business*, no. 4, pp. 60-63 [in Ukrainian].

13. **Grynychuk J.** (2018). Development of rural green tourism in the regions of Ukraine on the basis of European integration [in English].

14. **Lomovskykh L.O., Kovalenko O.O., Karasova N.A., & Orzel A.** (2019). The algorithm of analysis of agricultural risks under influence of incomplete information about their parameters. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, no. 3(30), pp. 112-120 [in English].

Анотація.

Омельченко Г.Ю. Моделирование конкурентных стратегий развития предприятий сферы сельского зеленого туризма.

В статті опрацьовано теоретичні засади формування стратегій управління, представлено рекомендації щодо запровадження інструментів стратегічного управління, а також проведено моделювання конкурентних стратегій розвитку підприємств сфери

сільського зеленого туризму з урахуванням можливостей кластеризації. Модель створення туристичного кластеру забезпечуватиме економічний розвиток підприємств туризму та сільського зеленого туризму за соціальною сферою. Визначено також основні напрями інноваційної діяльності в туристичних підприємствах, які поділено на три блоки (радикальні інновації, комбіновані інновації, удосконалювальні інновації). Саме вони є основою економічного розвитку й економічних резервів збільшення прибутку підприємств, а також базою для формування інвестиційних стратегій розвитку.

Ключові слова: управління, економічний розвиток, туризм, стратегія, результативність, підприємство.

Аннотация.

Омельченко Г.Ю. Моделирование конкурентных стратегий развития предприятий сферы сельского зеленого туризма.

В статье обработаны теоретические основы формирования стратегий управления, представлены рекомендации по внедрению инструментов стратегического управления, а также проведено моделирование конкурентных стратегий развития предприятий сферы сельского зеленого туризма с учетом возможностей кластеризации. Модель создания туристического кластера будет обеспечивать экономическое развитие предприятий туризма и сельского зеленого туризма в социальной сфере. Определены основные направления инновационной деятельности в туристических предприятиях, которые разделены на три блока (радикальные инновации, комбинированные инновации, совершенствующие инновации). Именно они являются основой экономического развития и экономических резервов увеличения прибыли предприятий, а также базой для формирования инвестиционных стратегий развития.

Ключевые слова: управление, экономическое развитие, туризм, стратегия, результативность, предприятие.

Abstract.

Omelchenko H.Yu. Modeling of competitive strategies for the development of rural green tourism enterprises.

The theoretical principles of forming management strategies are presented in the article, the recommendations on introduction of strategic management tools are presented, as well as the modeling of competitive strategies for the development of rural green tourism enterprises taking into account clustering opportunities. The model of creation of tourist cluster will provide economic development of tourism enterprises and rural green tourism by social sphere. The basic directions of innovative activity in tourism enterprises are also defined, which is divided into three blocks (radical innovations, combined innovations, advanced innovations). They are the basis for economic development and economic reserves for increasing the profits of enterprises, as well as the basis for the formation of investment development strategies.

Key words: management, economic development, tourism, strategy, efficiency, enterprise.

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ІДЕЇ ДЛЯ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ СУБ'ЄКТІВ АГРОБІЗНЕСУ

БАБКО Н.М., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,

МИКИТАСЬ А.В., К.Ю.Н.,

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА

НАУМЕНКО І.В., К.Е.Н.,

ЛУГАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сучасний стан функціонування аграрного ринку України вимагає від сільськогосподарських товаровиробників виходити на новий рівень системи управління. Загалом, слід визначити, що аграрні підприємства, наразі, ведуть свою діяльність за товарним спрямуванням, тобто основну увагу приділяють лише виробничому напрямку діяльності підприємства і не зважають на системи новітнього розвитку ринку. Тим самим одночасно постають питання запровадження інструментарію управління виробничо-збутовою діяльністю підприємств, який зможе забезпечувати відповідні заходи в системі як виробничої складової, так і комерційної з урахуванням впровадження ефективних управлінських рішень.

За визначених умов особливої актуальності набувають питання оформлення відповідних структур, які одночасно матимуть функціональне навантаження всіх визначених процесів. Саме маркетингова діяльність є поєднуючою не лише для виробничої й комерційної складових, а й для поєднання окремих систем товарної, цінової, комунікаційної та збутової політик на підприємстві. Тим більше сама маркетингова діяльність, на сьогоднішній день, є пріоритетним напрямком розвитку підприємства не лише в аграрній сфері, а й в будь-якій галузі.

Крім того маркетингову діяльність слід розуміти як процес управління ринковою діяльністю підприємства, що в даному розумінні повністю розкриває сутність діяльності підприємства в ринкових умовах, а також дає можливість забезпечувати йому отримувати необхідні конкурентні переваги та мати успіх на обраному об'єктовому ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань функціонування аграрного ринку присвячені праці багатьох вчених, як закордонних, так вітчизняних. В їхніх роботах дуже багато суперечностей вже є розкритими, тому, на нашу думку, слід більшу увагу звернути на забезпечення сучасного інструментарію функціонування підприємства в ринкових умовах.

Так, питаннями маркетингу та управління маркетинговою діяльністю, в тому числі, й в структурі аграрних підприємств також приділено значну увагу в працях науковців. На сьогоднішній день, повністю є розкритим механізм запровадження маркетингу в діяльності підприємств, описані всі можливі інструменти та моделі розвитку маркетингової діяльності, сформовано функціонал та процедурне забезпечення, методичне забезпечення щодо розрахунку ефективності запроваджених маркетингових дій підприємства, а також існує цілий ряд стратегій, як головної складової стратегічного управління на підприємствах. Однак одночасно залишаються питання, які є не досить широкими і тому вимагають окремого опрацювання за можливістю впровадження в діяльність саме аграрних підприємств. Такими питаннями, на нашу думку, залишаються саме механізми формування маркетингової ідеї для забезпечення стратегічного управління суб'єктів агробізнесу, при чому більшість з яких не представлено саме для аграрного підприємства.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в опрацюванні теоретичних рекомендацій та практичних прикладів механізмів формування маркетингової ідеї для забезпечення стратегічного управління суб'єктів агробізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно з теорією маркетингу особливості формування ідеї для забезпечення стратегічного маркетингу суб'єктів агробізнесу полягає в декількох напрямках.

По-перше, це формування напряму діяльності підприємства, зважаючи на його виробничі можливості, а також на його ринкові наміри. За таких умов формування ідеї має на меті першочергове визначення товарного асортименту з подальшим запровадженням його на ринок. Якщо пристосувати до діяльності аграрних підприємств такий підхід, то, на нашу думку, слід розуміти запровадження нових маркетингових ідей не для існуючого товарного ряду підприємств, а для формування нових нішевих товарів. Це визначено тим, що на сьогоднішній день більшість з аграрних підприємств в своєму товарного асортименті мають лише продукцію агросировинного характеру і їх найнадійнішими споживачами є переробні підприємства.

При цьому забезпечити покращення існуючої товарної політики через формування нового чи вдосконалення існуючого товарного асортименту за таких умов не представляє ніякої вигоди. Тому що підприємства-переробники не мають різних умов для формування своїх запасів та виробництво товарних партій тут впливатиме лише кількісні характеристики. Тому формування нової ідеї в маркетинговій діяльності підприємства має на меті опрацювати нові товари, які зможуть надати підприємствам можливість вийти на нові об'єктові ринки, тим самим одночасно слід виокремити наявність та можливість формування нових конкурентних переваг або ключових факторів успіху аграрних підприємства.

Практичним прикладом може стати формування власного органічного чи екологічного виробництва на підприємстві. Так, наприклад, в галузі тваринництва при виробництві молока є можливим запровадження оновленого виробництва екологічно чистої продукції чи органічної продукції, не лише для реалізації на переробку, а й для реалізації кінцевому споживачеві. Що стосується галузі рослинництва, то також можна привести приклад, що підприємства взмозі виробляти певну частину своєї продукції лише для реалізації як екологічно чистої або органічної. Тим більше, якщо привести прямий приклад з виробництвом овочів, то, на нашу думку, саме даний підхід є найбільш результативний на сьогоднішній день. При цьому необхідно також зазначити, що особливості виробництва за екологічно чистим або органічним напрямом вимагають суттєвих змін в технології виробництва, але зважаючи на їх попит в ринкових умовах та їх можливість більш ефективного запровадження діяльності підприємства, вони мають місце і не викликають сумнівів їх необхідності запровадження.

Другим напрямом формування ідеї для розвитку маркетингової діяльності аграрних підприємств слід визначити запровадження результатів маркетингових досліджень у виробничу систему. Мається на меті, що підприємство має не як було раніше виробляти за існуючих потужностей свою продукцію знову ж таки для переробних підприємств, а за результатами маркетингових досліджень повного ланцюга від виробника до кінцевого споживача повністю реагувати на можливі ринкові зміни. Тобто завданням маркетологів підприємства мають стати проведення повних досліджень не лише за стандартною процедурою визначення результатів активності конкурентів, а також ринкової ситуації на обраному об'єктовому ринку чи загалом попиту й пропозиції, а провести все дослідження на рівні кінцевих споживачів

готової продукції. Таким чином, маркетологи, маючи розуміння що саме потрібно кінцевим споживачам на агропродовольчому ринку, зможуть проаналізувати, а також спрогнозувати можливі необхідні переробні обсяги й тим самим зрозуміти, яку саме сировину продукцію та в яких обсягах буде потрібною для переробників. Мається на увазі формування ланцюга не від виробництва до споживання, а навпаки. При цьому слід розуміти, що попит на агросировинну продукції формується саме на стадії споживання вже агропродовольчої продукції.

Таким чином, формування ідей запровадження окремих інструментів маркетингу в практичну діяльність аграрних підприємств вимагатиме від їх системи менеджменту одночасного формування процедурного забезпечення з необхідним функціональним наповненням в частині встановлення мети, завдань, всіх складових та компонентів, визначення взаємозв'язків між ієрархічною системою підприємства й всіма залученими підрозділами, зокрема. Все визначене й дає можливість опрацювання необхідного механізму маркетингової діяльності підприємства.

Висновки. В теорії існують ще декілька різновидів формування маркетингових ідей для забезпечення результативної діяльності підприємства, але, нажаль, для галузі аграрного виробництва лише представлені дві моделі є більш прийнятними, а окремі з них не мають можливості взагалі для повного запровадження. Нашу думку, навіть якщо розуміти той факт, що маркетингова діяльність до сих пір повною мірою та на необхідному рівні ще не запроваджена в аграрне виробництво, то опрацювання та залучення окремих інструментів вже є позитивним зрушенням.

Крім того запровадження маркетингової діяльності має відбуватися не в повному обсязі одразу, а поступово, через залучення окремих інструментів. Так, на нашу думку, саме формуванням маркетингових ідей для розвитку діяльності підприємства є першим процедурним напрямом діяльності та таким, який має формувати загалом маркетингову стратегію суб'єкта аграрного бізнесу.

Література.

1. **Горкавий В.К.** Використання статистичних методів в маркетингових дослідженнях. *Економіка АПК*. 2008. № 7. С. 105-111.
2. **Додух Н.О.** Важливість стратегічного управління для аграрних підприємств в сучасних ринкових умовах. 2017.
3. **Додух Н.О.** Необхідність планування і контролю на підприємстві. 2017.

4. **Kalinichenko S.** et al. Competitive development of subjects of the agribusiness: theory and practice. *Fundamental and applied researches in practice of leading scientific schools*. 2018. № 28(4). С. 86-91.

5. **Мандич О.В.** Стратегії підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств: інструментальний підхід. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2016. № 172. С. 141-146.

6. **Mandych O.** et al. Competitive development of subjects of the agribusiness: theory and practice. *Fundamental and applied researches in practice of leading scientific schools*. 2018. № 28(4). С. 86-91.

7. **Плигун С.В.** Проблемні аспекти дослідження кон'юнктури сільськогосподарського ринку в Україні. *Агроекономіка*. 2018. № 15-16. С. 52-55.

8. **Плигун С.В.** Ефективний розвиток агропродовольчої сфери: методологічний аспект. *Історія економічної думки*. 2018. 73.

9. **Рижикова Н.І.** Генезис теорій конкуренції та прикладні засади їх імплементації в інноваційно-інвестиційному розвитку соціально-економічних систем. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2017. № 4. С. 45-54.

10. **Сєвідова І.О.** Пріоритетні напрями реалізації експортоорієнтованої стратегії аграрними підприємствами. *Економіка та держава*. 2018. № 2. С. 46-49.

11. **Kuskova S.V.** Features of formation of resource potential agricultural enterprises. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Інвестиційно-інноваційні моделі розвитку підприємств в умовах сучасної нестабільності»*. 2018. С. 65-67.

12. **Kuskova S.V.** Ways of improving the personnel management system in the enterprise. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2018. № 193. С. 228-237.

13. **Sievidova I.A.** Factors affecting the economic management efficiency of agricultural enterprises in Ukraine. *Problems and Perspectives in Management*. 2017. № 15(2). С. 204-211.

14. **Sievidova I.** et al. Optimizing the strategy of activities using numerical methods for determining equilibrium. *Eastern-European Journal Of Enterprise Technologies*. 2019. № 6(4(102)). С. 47-56. doi: <http://dx.doi.org/10.15587/1729-4061.2019.187844>

References.

1. **Horkavyy V.K.** (2008). Vykorystannya statystychnykh metodiv v marketynhovykh doslidzhenniyakh [Use of statistical methods in marketing research]. *Ekonomika APK – AIC Economics*, no. 7, pp. 105-111 [in Ukrainian].

2. **Dodukh N.O.** (2017). Vazhlyvist' stratezhichnoho upravlinnya dlya ahrarnykh pidpryyemstv v suchasnykh rynkovykh umovakh [The importance of strategic management for agricultural enterprises in today's market conditions]. [in Ukrainian].

3. **Dodukh N.O.** (2017). Neobkhdnist' planuvannya i kontrolyu na pidpryyemstvi [Need for planning and control at the enterprise]. in Ukrainian].

4. **Kalinichenko S.** et al. (2018). Competitive development of subjects of the agri-business: theory and practice. *Fundamental and applied researches in practice of leading scientific schools*, no. 28(4), pp. 86-91 [in English].

5. **Mandych O.V.** (2016). Stratehiyi pidvyshchennya konkurentospromozhnosti ahrarnykh pidpryyemstv: instrumentalnyy pidkhid [Strategies for increasing the competitiveness of agricultural enterprises: an instrumental approach]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnogo universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*, no. 172, pp. 141-146 [in Ukrainian].

6. **Mandych O.** et al. (2018). Competitive development of subjects of the agri-business: theory and practice. *Fundamental and applied researches in practice of leading scientific schools*, no. 28(4), pp. 86-91 [in English].

7. **Plyhun S.V.** (2018). Problemni aspekty doslidzhennya kon'yunktury sil's'kohospodars'koho rynku v Ukraini [Problematic aspects of agricultural market research in Ukraine]. *Ahrosvit – Agrosvit*, no. 15-16, pp. 52-55 [in Ukrainian].

8. **Plyhun S.V.** (2018). Efektyvnyy rozvytok ahroprodovol'choyi sfery: metodolohichnyy aspekt [Effective development of the agro-food sector: a methodological aspect]. *Istoriya ekonomichnoyi dumky – History of Economic Thought*, p. 73 [in Ukrainian].

9. **Ryzhykova N.I.** (2017). Henezys teorii konkurentsiyi ta prykladni zasady yikh implementatsiyi v innovatsiyno-investytsiynomu rozvytku sotsial'no-ekonomichnykh system [Genesis of competition theories and applied principles of their implementation in innovation and investment development of socio-economic systems]. *Aktual'ni problemy innovatsiynoyi ekonomiky – Actual problems of innovative economy*, no. 4, pp. 45-54 [in Ukrainian].

10. **Sievidova I.O.** (2018). Priorytetni napryamy realizatsiyi eksportooryentovanoyi stratehiyi ahrarnymy pidpryyemstvamy [Priority directions of implementation of export-oriented strategy by agricultural enterprises]. *Ekonomika ta derzhava – Economics and the State*, no. 2, pp. 46-49 [in Ukrainian].

11. **Kuskova S.V.** (2018). Features of formation of resource potential of agricultural enterprises. *Materialy Mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi «Investytsiyno-innovatsiyni modeli rozvytku pidpryyemstv v umovakh suchasnoyi nestabil'nosti» – Proceedings of the International Scientific and Practical Conference «Investment-innovative models of enterprise development in the conditions of modern instability»*, pp. 65-67 [in English].

12. **Kuskova S.V.** (2018). Ways of improving the personnel management system in the enterprise. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnogo universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*, no. 193, pp. 228-237 [in English].

13. **Sievidova I.A.** (2017). Factors affecting the economic management efficiency of agricultural enterprises in Ukraine. *Problems and Perspectives in Management*, no. 15(2), pp. 204-211 [in English].

14. **Sievidova I.** et al. (2019). Optimizing the strategy of activities using numerical methods for determining equilibrium. *Eastern-European Journal Of Enterprise Technologies*, vol. 6, no. 4(102), pp. 47-56. doi: <http://dx.doi.org/10.15587/1729-4061.2019.187844> [in English].

Анотація.

Бабко Н.М., Микитась А.В., Науменко І.В. Механізм формування ідеї для стратегічного маркетингу суб'єктів агробізнесу.

Сучасний стан функціонування аграрного ринку України вимагає від сільськогосподарських товаровиробників виходити на новий рівень системи управління за рахунок використання маркетингової діяльності. Мета статті полягає в опрацюванні теоретичних рекомендацій та практичних прикладів механізмів формування маркетингової ідеї для забезпечення стратегічного управління суб'єктів агробізнесу. Формування ідеї запровадження окремих інструментів маркетингу в практичну діяльність аграрних підприємств вимагатиме від їх системи менеджменту одночасного формування процедурного забезпечення з необхідним функціональним наповненням в частині встановлення мети, завдань, всіх складових та компонентів, визначення взаємозв'язків між ієрархічною системою підприємства й всіма залученими підрозділами, зокрема. Все визначене й дає можливість опрацювання необхідного механізму маркетингової діяльності підприємства.

Ключові слова: маркетинговий менеджмент, менеджмент, маркетинг, стратегія, стратегічне управління, конкуренція, конкурентоспроможний розвиток, підприємство.

Аннотация.

Бабко Н.М., Микитась А.В., Науменко И.В. Механизм формирования идеи для стратегического маркетинга субъектов агробизнеса.

Современное состояние функционирования аграрного рынка Украины требует от сельскохозяйственных товаропроизводителей выходить на новый уровень системы управления за счет использования маркетинговой деятельности. Цель статьи заключается в разработке теоретических рекомендаций и практических примеров механизмов формирования маркетинговой идеи для обеспечения стратегического управления субъектов агробизнеса. Формирование идей введения отдельных инструментов маркетинга в практическую деятельность аграрных предприятий требует от их системы менеджмента одновременного формирования процедурного обеспечения с необходимым функциональным наполнением в части установления цели, задач, всех составляющих и компонентов, определения взаимосвязей между иерархической системой предприятия и всеми привлеченными подразделениями, в том числе. Все определено и дает возможность обработки необходимого механизма маркетинговой деятельности предприятия.

Ключевые слова: маркетинговый менеджмент, менеджмент, маркетинг, стратегия, стратегическое управление, конкуренция, конкурентоспособный развитие, предприятие.

Abstract.

Babko N.M., Mykytas A.V., Naumenko I.V. A mechanism for generating an idea for strategic marketing of agribusiness entities.

The current state of functioning of the agrarian market of Ukraine requires agricultural producers to move to a new level of management system through the use of marketing activities. The purpose of the article is to elaborate theoretical recommendations and practical examples of mechanisms for generating marketing ideas to ensure strategic management of agribusiness entities. Formation of ideas of introduction of separate marketing tools in practical activity of agrarian enterprises will require from their management system simultaneous formation of procedural support with necessary functional filling in terms of goal setting, tasks, all components and components, determination of relationships between the hierarchical enterprise system and all subdivisions. Everything is defined and gives an opportunity to work out the necessary mechanism of marketing activity of the enterprise.

Key words: *marketing management, management, marketing, strategy, strategic management, competition, competitive development, enterprise.*

УДК 339.9.01

ГЕОГРАФІЧНА СТРУКТУРА ТА ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ

**ЗАВГОРОДНІЙ А.В., К.ФІЗ-МАТ.Н.,
МИКОЛАЇВСЬКИЙ МІЖРЕГІОНАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ РОЗВИТКУ
ЛЮДИНИ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ «ВІДКРИТИЙ
МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ РОЗВИТКУ ЛЮДИНИ «УКРАЇНА»**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Зовнішня торгівля є одним з найважливіших джерел наповнення державного бюджету України. В минулому році розвиток торговельно-економічного співробітництва України відзначився низкою проблем, ключові серед яких пов'язані із диверсифікацією геополітичних та регіональних пріоритетів української держави.

Глобалізація світових товарних ринків та економік, зростаюче значення зовнішньоекономічних та торговельних відносин, розвиток міжнародної кооперації зумовляють дедалі тіснішу інтеграцію та взаємозалежність зовнішньої торгівлі та внутрішньої економіки [5]. Однак критична залежність України від кон'юнктури зовнішніх ринків є одним із головних стримуючих факторів, що впливає на темпи економічного розвитку держави. Тому будь-які масштабні кризові явища у міжнародній економіці обмежують можливості для

нарощування та географічної диверсифікації вітчизняного експорту, що негативно позначаються на економіці України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Внесок у дослідження проблеми розвитку зовнішньоекономічної діяльності регіону зроблено у працях таких вітчизняних вчених як: Ю.Г. Козак, О.Г. Чирва, Н.В. Короленко, Ю.Г. Рубан та інші вчені-економісти.

Формулювання цілей статті. Визначити географічну структуру та основні напрямки зовнішньої торгівлі товарами Причорноморського регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. Рівень розвитку зовнішньоекономічного сектору регіону визначається не тільки обсягом, а й показниками структури зовнішньоекономічної діяльності. Причорноморський регіон займає південну частину України, омивається Чорним і Азовським морями. Район має досить вигідне географічне положення. На південному сході він межує з Російською Федерацією, на північному заході – з центральним районом України, на заході – з Молдовою, на південному заході – з Румунією. Даний регіон має вигідне економіко-географічне положення також відносно транспортних магістралей. Через його територію проходять залізничні, водні та повітряні шляхи, які сполучають Україну з багатьма зарубіжними країнами. Аналізуючи географічну структуру зовнішньої торгівлі товарами сконцентруємо увагу на взаємодії між областями Причорноморського економічного району і країнами СНД та ЄС.

У 1996 р. експорт товарів до країн СНД очікувано домінував у Причорноморському економічному районі України (див. рис. 1). Частка вивезених товарів до цих країн становила 50,6 %, тоді як до країн ЄС – лише 19,7 % від загального обсягу експорту досліджуваних областей (табл. 1).

Упродовж 1997-1998рр. перевага продажу товарів до країн СНД зберіглася. У 1999 р. ситуація дещо змінилась: обсяг вивезених товарів до країн СНД складав 316,2 млн. дол. США (30,5 %), до країн ЄС – 434,3 млн. дол. США (41,9 %). У 2000-2001 рр. обсяги експорту товарів до СНД знову перевищили експорт до ЄС.

У 2002 р. відбулося значне збільшення загального обсягу продажу товарів за кордон України областями Причорноморського регіону, у тому числі, до країн СНД – на 83,1 млн. дол. США та до країн ЄС – аж на 289,0 млн. дол. США. У результаті частки експорту до даних країн склали 30,4 та 41,4 % відповідно.

Упродовж 2003-2005 рр. відзначалося поступове нарощення загального обсягу експорту товарів досліджуваними областями

(див. рис. 1). При цьому прослідковувалась тенденція зростання частки продажу товарів до країн СНД і зниження частки вивезених товарів до країн ЄС (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка географічної структури зовнішньої
торгівлі товарами Причорноморського економічного району
(крім АРК і м. Севастополь), %**

Роки	ЕКСПОРТ			ІМПОРТ		
	країни СНД	країни ЄС	інші країни	країни СНД	країни ЄС	інші країни
1996	50,6	19,7	29,8	37,1	25,7	37,2
1997	40,9	28,2	30,9	43,6	35,5	20,8
1998	39,3	35,6	25,1	43,0	31,1	25,9
1999	30,5	41,9	27,6	43,8	24,5	31,8
2000	44,0	25,4	30,5	36,7	24,8	38,5
2001	35,4	33,7	30,8	23,2	28,0	48,8
2002	30,4	41,4	28,1	38,0	21,6	40,4
2003	33,0	32,5	34,5	30,9	23,6	45,5
2004	33,6	26,7	39,7	36,1	24,8	39,1
2005	36,4	21,7	41,9	26,9	20,8	52,3
2006	37,5	23,8	38,7	13,7	25,8	60,5
2007	43,5	21,2	35,3	14,5	26,5	59,0
2008	32,3	16,6	51,1	28,4	16,7	54,9
2009	27,9	13,8	58,3	30,2	18,0	51,8
2010	28,1	12,9	59,0	27,9	14,2	58,0
2011	36,2	16,7	47,1	28,8	23,1	48,1
2012	30,4	14,3	55,3	17,8	20,1	62,0
2013	31,2	16,0	52,8	26,2	19,6	54,2
2014	23,9	19,9	56,2	19,2	28,4	52,4
2015	19,1	21,5	59,3	16,1	28,5	55,4
2016	17,4	22,3	60,2	16,2	29,7	54,2
2017	21,0	20,6	58,4	15,4	30,8	53,8
2018	21,6	25,2	53,2	14,5	29,1	56,4

Джерело: розраховано та сформовано автором за даними [1-3]

У 2006 р. питома вага експорту товарів до країн ЄС зросла на 2,1 % порівняно з попереднім роком і склала 23,8 %. Однак, перевага продажу товарів до країн СНД зберіглася (37,5 % від загального експорту регіону).

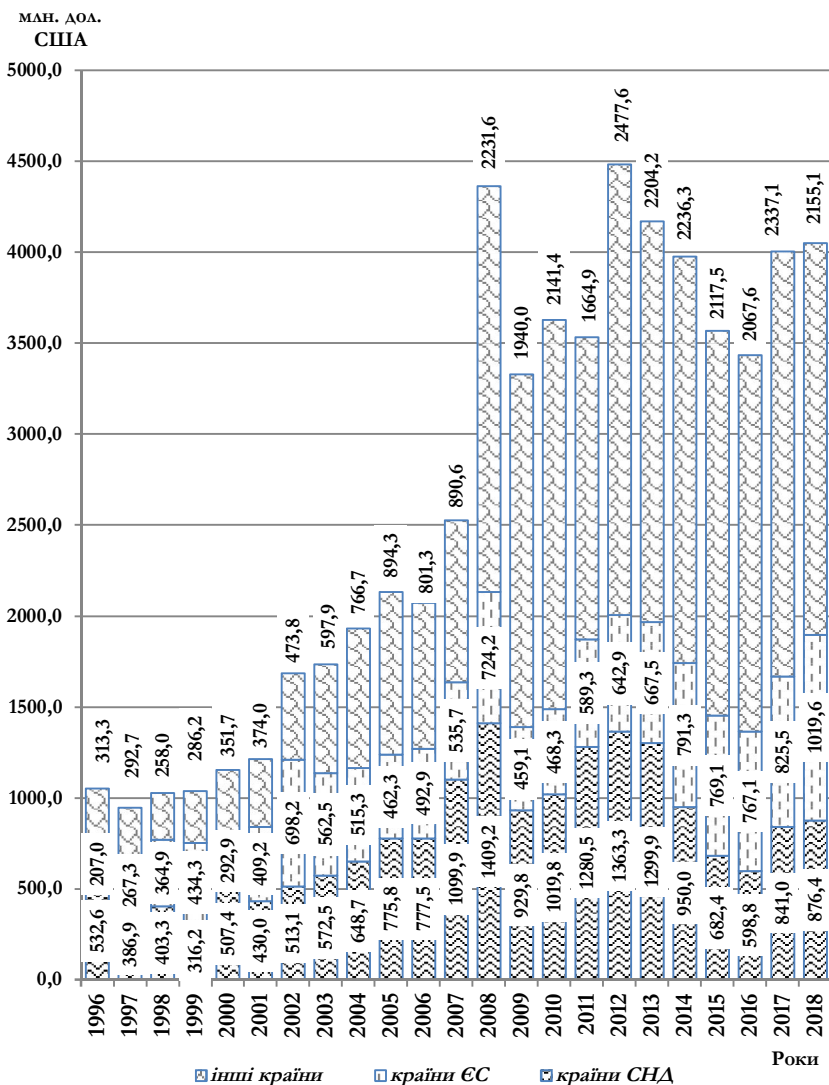


Рис. 1. Динаміка географічної структури експорту товарів областями Причорноморського економічного району (крім АРК і м. Севастополь)

Джерело: розраховано та побудовано автором за даними [1-3]

Для 2007-2008 рр. характерне зростання як загального обсягу експорту товарів даним регіоном, так і обсягу продажу в досліджуваній групі країн. Обсяг вивезених товарів до країн СНД у 2008 р. складав 1409,2 млн. дол. США (32,3 %), до країн ЄС – 724,2 млн. дол. США (16,6 %) (див. рис. 1 і табл. 1). У 2009р. загальний обсяг експорту скоротився на 23,7 %. Питома вага продажу товарів до СНД знизилась до 27,9 %, а до країн ЄС – до 13,8 %.

Перевага обсягів експорту товарів до країн СНД зберігалась до 2014р. Починаючи з 2015р. ситуація кардинально змінилась. Частка вивезених до країн ЄС товарів стала перевищувати частку продажу товарів до країн СНД. У 2018р. зафіксовано такі показники: обсяг експорту товарів до країн СНД у – 876,4 млн. дол. США (21,6 %), до країн ЄС – 1019,6 млн. дол. США (25,2%) (див. рис. 1 і табл. 1). Така ситуація зумовлена, в першу чергу, початком війни на Донбасі у 2014 р.

Стосовно імпорту товарів до Причорноморського економічного регіону необхідно звернути увагу на те, що обсяги ввезених товарів із країн СНД та ЄС не настільки кардинально відрізнялись. Так у 1996 р. імпорт товарів із країн СНД складав 333,8 2 млн. дол. США (37,1 %), з країн ЄС – 231,6 млн. дол. США (25,7 %) (див. рис. 2 і табл. 1). Перевага імпорту з країн СНД прослідковувалась до 2000 р.

У 2001 р. значно зменшились обсяги ввезених товарів із країн СНД (на 114,4 млн. дол. США (або 32,0 %) порівняно з попереднім роком), а з країн ЄС навпаки зросли (на 53,3 млн. дол. США (або 2,1 %)). Це викликало зміни в географічній структурі імпорту Причорноморського економічного району: став переважати обсяг ввезених товарів з країн ЄС. Однак, упродовж 2002-2005рр. знову була зафіксована перевага імпорту товарів з країн СНД.

2006-2007рр. характеризувались нарощенням загального обсягу ввезених товарів з перевагою імпорту з країн ЄС. У 2007р. співвідношення питомих ваг мало вигляд: країни СНД –14,5%, країни ЄС – 26,5 %.

У 2008 р. імпорт товарів до Причорноморського регіону зріс більш, ніж у 2 рази (рис. 2). В основному це відбулося за рахунок збільшення обсягу ввезених товарів із країн СНД (у 4,3 рази більше, ніж у попередньому році) та інших країн (у 2,1 рази більше). Обсяг імпорту товарів з країн ЄС також зріс (на 39,3 %). Як наслідок, питома вага імпорту з країн СНД склала 28,4 %, а з країн ЄС – знизилась до 16,7 %. Перевага обсягу ввезених товарів із країн СНД над обсягом імпорту з ЄС зберігалась упродовж наступних трьох років.

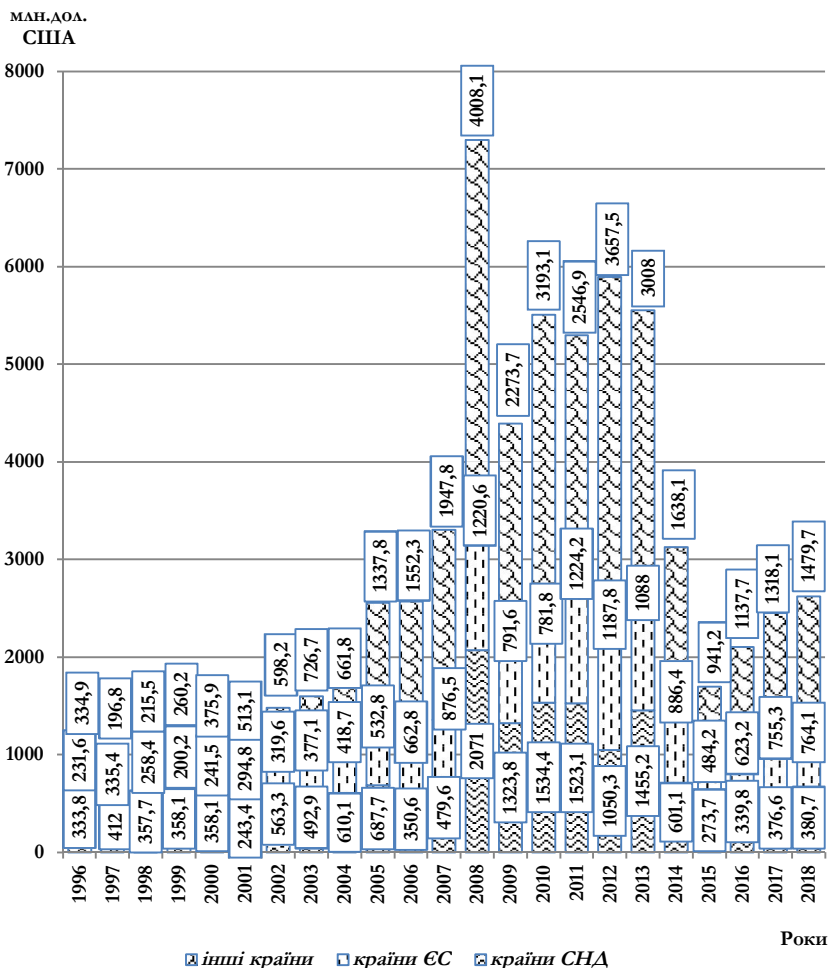


Рис. 2. Динаміка географічної структури імпорту товарів областями Причорноморського економічного району

Джерело: розраховано та побудовано автором за даними [1-3]

У 2012 р. на фоні зростання загального обсягу імпорту суттєво зросла частка ввезених товарів із країн ЄС (до 20,1 %), що на 2,3 % більше, ніж з країн США. У 2013 р. зростання обсягу імпорту з країн США на 38,6 % порівняно з попереднім роком збільшило його частку до 26,2 %.

Починаючи з 2014 р., у зв'язку з політичною ситуацією в країні, ситуація почала кардинально змінюватись. Обсяги ввезених товарів із країн ЄС та інших країн почали стрімко зростати досягнувши максимального рівня у 2018 р.: 764,1 та 1479,7 млн. дол. США відповідно (рис. 2). У відсотковому співвідношенні наприкінці досліджуваного періоду зафіксовані такі показники: країни СНД – 14,5 %, країни ЄС – 29,1 %, інші країни – 56,4 %).

Розглянемо динаміку зовнішньої торгівлі товарами з країнами СНД та ЄС в розрізі окремих областей Причорноморського економічного району (табл. 2).

У 1996 р. експорт товарів до країн СНД очікувано домінував у всіх областях. Зокрема у Миколаївській та Херсонській областях його частка перевищувала 50 %. При цьому частки продажу товарів даними областями до країн ЄС становили лише 16,4 і 15,6 % відповідно, а Одеською – 24,0 %.

Для 1997-1998 рр. було характерним нарощення обсягів продажу товарів до ЄС у всіх досліджуваних областях. При цьому спостерігалось зменшення часток експорту до країн СНД порівняно з 1996 р.

У 1999 р. в Одеській та Херсонській областях обсяги експорту товарів до ЄС значно перевищували показники продажу до країн СНД. У Миколаївській області склалась протилежна ситуація: вивезення товарів до СНД – 58,0 %, до ЄС – 19,1 % (див. табл. 2). Загальний обсяг експорту Причорноморського економічного району залишився при цьому майже на рівні попереднього року (див. рис. 2).

Аналіз статистичних даних упродовж 2000-2018 рр. наведених у таблиці 2 свідчить про орієнтацію підприємств Миколаївської області на країни СНД, хоча частка експорту товарів у ці країни мала суттєву тенденцію до скорочення. Найбільше нарощення обсягів експорту товарів відбулося у 2011-2013 рр. Починаючи з 2014 р. спостерігався поступовий спад до 2016 р. Він зумовлений в першу чергу політичною ситуацією в Україні.

Помітною є переорієнтація експорту двох інших областей з ринку країн СНД на ринок ЄС. У 2002 р. частка вивезених товарів у країни ЄС в Одеській області становила 50,9 %, а у Херсонській – 33,5 %. До країн СНД було експортовано відповідно 16,2 та 33,6 % від загального обсягу продажу товарів Причорноморським регіоном. Орієнтація даних областей на ринок країн ЄС зберігалась упродовж наступних двох років [6, 7].

Таблиця 2

**Динаміка обсягів зовнішньої торгівлі товарами між областями
Причорноморського економічного району і країнами СНА та ЄС**

ЕКСПОРТ									
Роки	Миколаївська			Одеська			Херсонська		
	Усього, млн. дол. США	у % до загального обсягу		Усього, млн. дол. США	у % до загального обсягу		Усього, млн. дол. США	у % до загального обсягу	
		країни СНА	країни ЄС		країни СНА	країни ЄС		країни СНА	країни ЄС
1996	458,2	72,1	16,4	465,2	29,5	24,0	129,5	50,2	15,6
1997	361,6	60,0	23,1	498,1	27,2	29,2	87,2	39,3	43,7
1998	408,5	55,9	24,3	434,6	20,0	47,7	183,1	48,0	31,8
1999	355,3	58,0	19,1	580,4	15,7	58,5	101,0	18,8	26,5
2000	521,0	73,5	15,6	527,6	18,1	35,2	103,4	28,4	24,8
2001	485,6	56,7	27,3	597,7	19,7	40,2	129,9	28,2	27,9
2002	540,7	55,3	26,7	979,7	16,2	50,9	164,7	33,6	33,5
2003	544,0	54,2	29,5	1048,9	22,3	33,4	140,0	31,6	36,9
2004	653,6	50,5	26,1	1053,6	24,2	24,6	223,5	28,5	38,4
2005	878,4	52,9	20,0	1019,4	23,6	20,2	234,6	29,9	34,3
2006	1059,7	47,0	24,8	766,4	26,9	20,8	245,6	29,7	28,8
2007	1104,5	50,7	21,7	1098,5	37,7	18,8	323,2	39,2	27,6
2008	1649,8	41,6	22,2	2314,9	25,9	9,3	400,3	30,7	35,8
2009	1532,4	34,5	12,1	1445,2	22,4	12,2	351,3	21,9	27,6
2010	1597,1	30,8	11,5	1684,4	23,4	12,9	348,0	38,4	19,2
2011	1654,4	48,1	11,2	1541,1	21,9	20,4	339,2	43,1	26,5
2012	2370,7	34,5	9,9	1784,6	22,2	17,6	328,5	45,7	29,1
2013	2174,1	37,5	10,7	1628,4	18,9	20,5	369,1	47,7	27,0
2014	1837,5	35,4	11,0	1780,1	11,0	25,7	360,0	28,9	36,7
2015	1603,1	28,7	15,2	1727,5	9,3	26,0	238,4	25,9	31,6
2016	1666,4	25,2	18,5	1520,5	7,9	25,3	246,6	23,4	30,0
2017	1900,6	27,1	14,2	1813,8	14,9	25,7	289,2	19,1	31,3
2018	2112,7	27,9	22,2	1668,5	14,4	27,2	269,9	17,5	35,8
ІМПОРТ									
1996	330,7	39,4	22,9	430,9	21,9	31,8	138,7	78,8	13,6
1997	240,3	48,8	21,5	568,5	37,7	42,8	135,4	59,5	30,0
1998	203,2	15,9	34,5	505,3	50,4	32,3	123,1	57,4	20,4
1999	149,6	14,2	29,8	596,5	53,2	21,8	72,4	27,3	35,2
2000	283,2	16,9	21,9	648,8	46,1	24,8	43,5	26,0	42,5
2001	286,7	19,1	20,9	725,3	23,8	30,0	39,3	39,7	44,8
2002	280,8	18,7	29,1	1160,0	43,0	19,2	40,3	31,3	37,5
2003	271,1	16,4	36,0	1246,9	33,3	19,9	78,7	42,3	39,4
2004	327,3	19,9	33,5	1285,2	40,1	22,1	78,1	37,6	32,5
2005	470,1	14,4	28,9	1988,1	29,8	18,2	100,1	27,6	34,4
2006	458,9	16,8	31,9	1955,4	12,6	23,4	151,4	18,2	39,1
2007	533,3	21,6	32,3	2581,8	13,1	24,0	188,8	14,1	44,7
2008	916,5	34,0	18,0	6077,4	28,0	15,5	305,8	18,3	38,0
2009	787,5	30,7	29,4	3476,8	30,6	14,7	124,8	14,0	38,8
2010	866,1	41,3	17,1	4482,0	25,7	13,1	161,2	14,6	29,7
2011	1041,5	33,0	34,3	4014,2	28,6	19,2	238,5	13,1	40,1
2012	895,7	30,0	25,5	4793,3	15,8	18,4	206,6	11,5	37,9
2013	928,9	29,5	19,4	4347,7	26,5	18,1	274,6	10,6	43,8
2014	631,3	29,7	21,5	2308,0	17,1	29,7	186,3	9,8	34,8
2015	574,7	23,1	24,0	982,0	12,6	29,5	142,4	11,9	40,0
2016	685,8	22,0	29,9	1247,0	13,9	28,1	167,9	9,7	40,1
2017	781,7	19,3	30,7	1465,9	14,6	28,2	202,4	5,3	50,3
2018	739,7	17,4	34,3	1556,4	14,8	23,9	328,4	6,7	42,3

Джерело: розраховано та сформовано автором за даними [1-3]

Починаючи з 2005р. і аж до 2012 р. Одеська область експортувала значно більше товарів до країн СНД, ніж до країн ЄС. У 2009 р. відмічається мінімальна частка продажу товарів даною областю до країн ЄС на рівні 9,3 %. А вже з 2013 р. питома вага експорту до країн ЄС почала поступово зростати досягнувши рівня 27,2 % у 2018 р. Частка продажу товарів до країн СНД при цьому складала лише 14,4 %.

Стосовно Херсонської області у 2005 р. зафіксовані такі показники: питома вага експорту товарів до країн СНД – 29,9 %, до країн ЄС – 34,3 %. У 2006 р. обсяги продажу товарів до зазначених груп країн були приблизно однаковими. Для 2007 р. характерна переорієнтація на ринок країн СНД. Однак, упродовж наступних двох років знову переважають обсяги продажу товарів до країн ЄС.

Упродовж 2010-2013 рр. підприємства Херсонської області були зорієнтовані переважно на ринок країн СНД. Частка продажу товарів до цих країн досягла у 2013 р. рівня 47,7 %, тоді як питома вага експорту до країн ЄС становила лише 27,0 %.

З 2014 р. частка експорту товарів з Херсонської області, так як і з Одеської, почала різко зменшуватись досягнувши мінімального рівня у 2018 р. (17,5 %). Питома вага продажу товарів до країн ЄС зросла при цьому до 35,8 %.

Що стосується імпорту товарів до Миколаївської області, то тут ситуація кардинально інша. Аналізуючи період з 1996 до 2018 року упродовж п'ятнадцяти років перевага надавалась товарам, імпортованим з країн ЄС, і лише упродовж восьми років – з країн СНД.

У 1996 р. частка імпортованих товарів до Одещини з країн СНД становила 21,9 %, а з країн ЄС – 31,8 %. У наступному році перевага імпорту з країн ЄС збереглася. Однак упродовж 1998-2000 рр. було ввезено більше товарів з країн СНД. У 2001 р. знову частка імпортованих товарів із країн ЄС (30,0 %) перевищила частку ввезених товарів із країн СНД (23,8 %).

Починаючи з 2002 р. і аж до 2005 р. знову домінував імпорт товарів із СНД. Упродовж 2006-2007 рр. спостерігається тенденція до зменшення частки ввезених товарів із країн СНД. У 2007 р. вона становила лише 13,1 %, тоді як питома вага імпорту з країн ЄС складала 24,0 %.

Упродовж 2008-2011 рр. спостерігається різке збільшення частки імпортованих до Одещини товарів із країн СНД при значному зниженні питомої ваги імпорту з країн ЄС. У 2011 р. зафіксоване співвідношення 28,6 і 19,2 % відповідно.

Починаючи з 2014 р. видно чітку переорієнтацію Одеської області в плані імпорту на країни ЄС. Частка ввезених товарів з країн ЄС приблизно у 2 рази

перевищувала частку імпорту з країн СНД.

Досліджуючи географічну структуру імпорту товарів до Херсонської області, було виявлено чітке домінування ввезення товарів до даної області з країн ЄС. Частка імпорту товарів із країн СНД переважала лише у 1996-1998 та 2003-2004 рр. Її мінімальний рівень (5,3 %) зафіксовано у 2017 р. У 2018 р. вона дещо зросла і складала 6,7 %, тоді як питома вага імпортованих товарів із країн ЄС становила 42,3 %.

Середня частка експорту товарів до Миколаївської області за період з 1996 до 2018 року становила: з країн – СНД 39,5 %, а з країн ЄС – лише 16,7% від загального обсягу експорту даної області. У Одеській області значно переважав експорт із країн ЄС. У Херсонській області обсяги ввезених товарів з обох груп країн були приблизно однаковими (табл. 3).

Таблиця 3

**Середні частки експорту (імпорту) товарів
з (до) країн СНД та ЄС в розрізі окремих областей
Причорноморського економічного району за 1996-2018 рр., %**

Показник	Області					
	Миколаївська		Одеська		Херсонська	
	країни СНД	країни ЄС	країни СНД	країни ЄС	країни СНД	країни ЄС
Експорт	39,5	16,7	19,7	23,9	32,8	30,3
Імпорт	26,6	26,7	24,9	20,3	20,7	37,8

Джерело: розраховано та сформовано автором за даними [1-3]

Аналізуючи імпорт товарів упродовж 1996-2018 рр. можна зробити висновок, що у Миколаївську область було ввезено приблизно однаковий обсяг товарів із країн СНД та країн ЄС. Середні частки складали 26,6 та 26,7 % відповідно. У Одеській області переважав імпорт товарів із країн СНД, а у Херсонській – з країн ЄС.

Товарна структура зовнішньоекономічних відносин дає змогу виявити ступінь розвитку економіки регіону.

Найбільші обсяги експорту Миколаївської області у 2018 р. припадали на продукти рослинного походження (61,1 % від загального його обсягу) та продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей

промисловості (26,1 %). Імпортували до даної області переважно мінеральні продукти (30,9 % від загального обсягу імпорту), механічне та електротехнічне обладнання (22,2 %) та засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби (13,5 %) [1].

Основу товарної структури експорту Одеської області складали продукти рослинного походження – 46,8 %, жири та олії тваринного або рослинного походження – 14,6 %, засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби – 10,9 %. В загальному обсязі імпорту найбільша частка припадала на машини, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання (17,4 %), мінеральні продукти (12 %), продукти рослинного походження (10,6 %) [2].

До Херсонської області було ввезено у 2018 р. найбільше продуктів рослинного походження – 39,9 %, готових харчових продуктів – 14,5 %, недорогоцінних металів та виробів з них – 12,0 %. Імпортували до даної області переважно механічне та електротехнічне обладнання. Питома вага даної товарної групи становила 53,3 % від загального обсягу імпорту товарів до даної області [3].

Висновки. З метою підвищення ефективності експорту, необхідно стимулювати експорт товарів, в яких Україна має перевагу – зернові, чорні метали, насіння соняшнику та соняшникова олія, сировина. Взагалі для розвитку експортної діяльності регіону потрібно створювати систему підтримки бізнесу для просування товарів, підвищувати їх конкурентоспроможність, розвивати інфраструктуру, впроваджувати інновації, покращувати умови для впровадження інвестицій, провести валютну лібералізацію, поліпшити податкове та митне регулювання.

Тенденція Причорноморського регіону до нарощення товарних експортно-імпортних потоків має супроводжуватися стабілізацією політичної ситуації в країні. Південь України може стати реальним рушієм економічного розвитку, соціальної стабільності країни, при умові впровадження інноваційних підходів до процесу управління.

Література.

1. Головне управління статистики у Миколаївській області. URL: <http://www.mk.ukrstat.gov.ua/>
2. Головне управління статистики у Одеській області. URL: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>
3. Головне управління статистики у Херсонській області. URL: <http://ks.ukrstat.gov.ua/>
4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

5. **Лагодієнко В.В.** Підвищення ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності за допомогою впровадження концепції маркетингу. *Бізнес-Навігатор*. 2014. № 1(33). С. 237-243.

6. **Мудрак Р.П., Лагодієнко В.В.** Агроінфляція та індекс споживчих цін на продовольчі товари: порівняльний аналіз «Україна – ЄС». *Економіка України*. 2018. № 1(674). С. 28-40.

7. **Lagodiienko V., Malanchuk M., Gayvoronska I., & Sedikov D.** (2019). Selection of criteria for key performance indicators by the matrix method. *International Journal of Mechanical Engineering & Technology (IJMET)*. Scopus Indexed. Volume 10, Issue 1, pp. 1303-1311.

References.

1. Holovne upravlinnia statystyky u Mykolaivskii oblasti [Main department of statistics in the Nikolaev area]. *www.mk.ukrstat.gov.ua*. Retrieved from: <http://www.mk.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].

2. Holovne upravlinnia statystyky u Odeskii oblasti [Main Department of Statistics in the Odessa region]. *www.od.ukrstat.gov.ua*. Retrieved from: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].

3. Holovne upravlinnia statystyky u Khersonskii oblasti [Head Office of Statistics in Kherson Oblast]. *ks.ukrstat.gov.ua*. Retrieved from: <http://ks.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].

4. Derzhavna sluzhby statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. *www.ukrstat.gov.ua*. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].

5. **Lagodiienko V.V.** (2014). Improving the efficiency of foreign trade activities through the introduction of marketing concepts [Improving the effectiveness of foreign trade activities through the introduction of marketing concepts]. *Business Navigator – Business Navigator*, no. 1(33), pp. 237-243 [in Ukrainian].

6. **Mudrak R.P., & Lagodiienko V.V.** Agroinflation and the Consumer Price Index for Foodstuffs: A Comparative Analysis of Ukraine-EU [Agroinflation and the Consumer Price Index for Foodstuffs: A Comparative Analysis of Ukraine-EU]. *Economy of Ukraine – Ukraine economy*, no. 1(674), 2018, pp. 28-40 [in Ukrainian].

7. **Lagodiienko V., Malanchuk M., Gayvoronska I., & Sedikov D.** (2019). Selection of criteria for key performance indicators by the matrix method. *International Journal of Mechanical Engineering & Technology (IJMET)*. Scopus Indexed. Volume 10, Issue 1, pp. 1303-1311 [in English].

Анотація.

Завгородній А.В. Географічна структура та основні напрямки зовнішньої торгівлі товарами Причорноморського регіону.

Зовнішня торгівля є одним з найважливіших джерел наповнення державного бюджету України. В минулому році розвиток торгівельно-економічного співробітництва України відзначився низкою проблем, ключові серед яких пов'язані із диверсифікацією геополітичних та регіональних пріоритетів української держави.

Мета статті полягає у аналізі географічної структури та основних напрямків зовнішньої торгівлі товарами Причорноморського регіону.

Досліджено динаміку географічної структури експорту товарів областями Причорноморського економічного району, імпорту товарів областями Причорноморського економічного району, зовнішньої торгівлі товарами Причорноморського економічного району, динаміку обсягів зовнішньої торгівлі товарами між областями Причорноморського економічного району і країнами США та ЄС, визначено середні частки експорту (імпорту) товарів з (до) країн США та ЄС в розрізі окремих областей Причорноморського економічного району.

Аналізуючи імпорт товарів упродовж 1996-2018 рр. можна зробити висновок, що у Миколаївську область було ввезено приблизно однаковий обсяг товарів із країн США та країн ЄС. Середні частки складали 26,6 та 26,7 % відповідно. У Одеській області переважав імпорт товарів із країн США, а у Херсонській – з країн ЄС.

Ключові слова: *зовнішньоекономічна діяльність регіону, експорт, імпорт, динаміка, регіональні зовнішньоекономічні відносини, зовнішньоекономічні зв'язки регіону, географічна структура.*

Аннотация.

Завгородний А.В. Географическая структура и основные направления внешней торговли товарами.

Причерноморского региона. Внешняя торговля является одним из важнейших источников наполнения государственного бюджета Украины. В прошлом году развитие торгово-экономического сотрудничества Украины отмечился рядом проблем, ключевые среди которых связаны с диверсификацией геополитических и региональных приоритетов украинского государства.

Цель статьи заключается в анализе географической структуры и основных направлений внешней торговли товарами Причерноморского региона.

Исследована динамика географической структуры экспорта товаров областями Причерноморского экономического района, импорта товаров областями Причерноморского экономического района, внешней торговли товарами Причерноморского экономического района, динамику объемов внешней торговли товарами между областями Причерноморского экономического района и странами СНГ и ЕС, определены средние доли экспорта (импорта) товаров с (до) стран СНГ и ЕС в разрезе отдельных областей Причерноморского экономического района.

Анализируя импорт товаров в течение 1996-2018 гг. можно сделать вывод, что в Николаевскую область было ввезено примерно одинаковый объем товаров из стран СНГ и стран ЕС. Средние доли составляли 26,6 и 26,7 % соответственно. В Одесской области преобладал импорт товаров из стран СНГ, а в Херсонской - из стран ЕС.

Ключевые слова: *внешнеэкономическая деятельность региона, экспорт, импорт, динамика, региональные внешнеэкономические отношения, внешнеэкономические связи региона, географическая структура.*

Abstract.

Zavgorodniy A.V. Geographical structure and main directions of foreign trade in goods of the Black Sea region.

Foreign trade is one of the most important sources of replenishment of the state budget of Ukraine. Last year, the development of Ukraine's trade and economic cooperation was marked by a number of problems, the key ones being the diversification of the geopolitical and regional priorities of the Ukrainian state.

The purpose of the article is to analyze the geographical structure and main directions of foreign trade in goods of the Black Sea region.

The dynamics of the geographical structure of exports of goods by the Black Sea Economic region, the import of goods by the Black Sea Economic region, foreign trade in goods of the Black Sea Economic region, the dynamics of foreign trade in goods between the regions of the Black Sea Economic region and the countries of the Black Sea Economic region (к) CIS and EU countries by section of the Black Sea Economic Region.

Analyzing the import of goods during 1996-2018 we can conclude that the same volume of goods from CIS countries and EU countries was imported into the Mykolayiv region. The average shares were 26.6 % and 26.7 %, respectively. Imports of goods from CIS countries prevailed in Odessa region, and from EU countries in Kherson.

Key words: *foreign economic activity of the region, export, import, dynamics, regional foreign economic relations, foreign economic relations of the region, geographical structure.*

УДК 338:351.863

ХАРАКТЕРИСТИКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОЦІНКА ОСНОВНИХ ІНДИКАТОРІВ БЕЗПЕКИ

**ЛАГОДІЄНКО В.В., Д.Е.Н., ПРОФЕСОР,
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
СУХАНОВА А.В., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Економічна безпека є універсальною категорією, яка відображає захищеність суб'єктів соціально-економічних відносин на всіх рівнях, починаючи з держави і закінчуючи кожним її громадянином, оскільки проявляється через захищеність діяльності від негативних впливів зовнішнього та внутрішнього середовища, а також спроможність швидко усунути різноманітні загрози або пристосовуватися до існуючих умов, що позначаються негативно на його діяльності. Водночас, економічна

безпека через трансакції суб'єктів господарювання не лише тісно пов'язує різні сектори економіки, а і країни світу в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням економічної безпеки присвячені праці багатьох вітчизняних та іноземних науковців, а саме: Шлемко В.Т., Бінько І.Ф. [1], Варналій З.С. [9], Власюк О.С. [3], Грунін О.А. [10], Ілляшенко С.Н. [7], Кузенко Т.Б. [8], Мішина І.Г. [2], Ортинський В.А. [11].

Водночас питання формування економічної безпеки підприємства розкрито не в повній мірі.

Формулювання цілей статті. Метою статті є цілісний аналіз поняття економічної категорії «економічна безпека», визначення найбільш доцільних варіантів трактування поняття «економічної безпеки підприємства» та встановлення рівнів її формування і основних індикаторів впливу.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах глобалізації комплекс соціально-економічних, політичних та правових факторів різко загострив проблему формування та забезпечення безпеки конститутивних компонентів ієрархічної економічної системи трансформаційної економіки України. Найважливішою складовою частиною національної безпеки країни та її регіонів є економічна безпека, оскільки вона нерозривно пов'язана з економічною ефективністю функціонування суб'єктів господарської діяльності та з процесом розвитку суспільства в цілому.

Категорія «економічна безпека» та її структурні, функціональні компоненти, в тому числі за рівнями ієрархії управління, почали вивчатися в Україні відносно недавно.

На сьогоднішній день немає єдиного визначення поняття «економічної безпеки», що негативно позначається на формуванні її концептуальних засадах.

Економічну безпеку як стан національної економіки, який дозволяє зберігати стійкість до внутрішніх і зовнішніх загроз і здатний задовольнити потреби особи, сім'ї, суспільства, держави розглядають В. Шлемко, І. Бінько [1, с. 8].

Взаємозв'язок економічної безпеки та соціально-політичної, національно-етнічної стійкості доводить І. Мішина, що трактує її зі сторони економічних відносин, горизонтальних і вертикальних, між різними суб'єктами з приводу досягнення такого рівня розвитку економіки, при якому здійснюється ефективне задоволення потреб і гарантований захист інтересів, навіть за несприятливих умов розвитку внутрішніх і зовнішніх процесів [2, с. 3].

Окремі науковці економічну безпеку розглядають як складну поліструктурну науку про безпеку соціально-економічних систем різних рівнів ієрархії (особа, домашнє господарство, галузь, регіон, сектор економіки, національна економіка, світове господарство) [3, с. 45].

Більш ґлибше та повніше поняття економічної безпеки подає Г. Пастернак-Таранушенко, який зазначає, що «економічна безпека – це стан держави, що забезпечує можливість створення і розвитку умов для плідного життя її населення, перспективного розвитку її економіки в майбутньому та зростання добробуту її мешканців» [4, с. 29].

М. Єрмошенко зазначає, що економічна безпека характеризується збалансованістю і стійкістю до негативного впливу внутрішніх і зовнішніх загроз, здатністю забезпечувати на основі реалізації національних економічних інтересів сталий і ефективний розвиток вітчизняної економіки і соціальної сфери [5, с. 29].

Узагальнюючи думку більшості вчених, можна сказати, що економічна безпека – це складна багатofакторна категорія, яка дозволяє зберігати стійкість до зовнішніх та внутрішніх загроз, характеризує здатність національної економіки до розширеного самовідтворення для задоволення потреб громадян, суспільства і держави на якомусь визначеному рівні.

Серед вітчизняних і зарубіжних учених-економістів немає єдиного визначення терміну «економічна безпека підприємства», таблиця 1. Водночас, принципів розходжень у підходах до трактування змісту цієї економічної категорії немає [6].

Найбільш поширеним є визначення економічної безпеки підприємства як стану ефективного використання його ресурсів (ресурсів капіталу, персоналу, інформації і технології, техніки та устаткування, прав) та існуючих ринкових можливостей, що дає змогу запобігати внутрішнім і зовнішнім негативним впливам (загрозам) і забезпечити його тривале виживання і стійкий розвиток на ринку відповідно до обраної місії [7].

Економічна безпека підприємства – це захищеність його діяльності від негативних впливів зовнішнього середовища, а також спроможність швидко усунути різноманітні загрози або пристосуватися до існуючих умов, що не позначаються негативно на його діяльності. Зміст цього поняття містить у собі систему засобів, що забезпечують економічну стабільність підприємства, а також сприяють підвищенню рівня добробуту працівників.

Економічна безпека підприємництва є складною економічною категорією, на яку має вплив велика кількість соціально-економічних, історичних, політичних, культурних, технологічних та інших чинників, а, отже, і вимагає застосування в процесі оцінки її рівня широкого діапазону інколи різнохарактерних показників. З іншого боку, економічна безпека підприємництва (як сектора економіки) характеризує рівень його життєздатності, враховуючи можливість належного функціонування не лише сьогодні, а й протягом тривалого періоду у майбутньому, що також передбачає необхідність градації рівня загроз.

Таблиця 1

**Систематизація визначення поняття
«економічна безпека підприємства»**

Автор	<i>Визначення поняття «економічна безпека підприємства»</i>
Є.А. Олейнікова [6]	стан найбільш ефективного використання ресурсів для подолання загроз і забезпечення стабільного функціонування підприємства сьогодні і в майбутньому
С.Н. Ілляшенко, Т.Б. Кузенко [7, 8]	стан ефективного використання його ресурсів і існуючих ринкових можливостей, що дозволяє запобігати внутрішнім і зовнішнім загрозам і забезпечувати його тривале виживання і стійкий розвиток на ринку відповідно до обраної місії
З.С. Варналій [9]	забезпечення найбільш ефективного використання ресурсів суб'єкта господарювання для запобігання загрозам і створення умов для стабільного функціонування основних його елементів
О.А. Грунін [10]	стан господарчого суб'єкта, при якому він при найбільш ефективному використанні корпоративних ресурсів досягає запобігання, послаблення або захисту від існуючих небезпек та загроз або інших непередбачених обставин і в основному забезпечує досягнення цілей бізнесу в умовах конкуренції та господарчого ризику
В.А. Оргинський [11]	захищеність потенціалу підприємства (виробничого, організаційно-технічного, фінансово – економічного, соціального) від негативної дії зовнішніх і внутрішніх чинників, прямих або непрямих економічних загроз, а також здатність суб'єкта до відтворення

Джерело: авторська розробка

Ще більш важливим є наявність обґрунтованого критичного порогового значення, в разі перевищення якого можна зробити висновок, що за досліджуваним індикатором не забезпечується належний рівень економічної безпеки підприємництва [12, с. 79].

Під час оцінювання економічної безпеки підприємництва доцільно використовувати сукупність індикаторів – конкретних показників, числові значення яких свідчать про рівень (стадію) розвитку явища, яке вони характеризують. Крім того, важливо зазначити, що, як правило, індикатор відображає лише один з аспектів (сторін) розвитку об'єкта дослідження, а під час оцінювання того, чи іншого економічного явища важливо не лише передбачити найбільш адекватні показники-індикатори, але й обґрунтувати їх числові порогові значення, перевищення яких свідчить про критичну зміну параметрів об'єкта. Розвиток економіки характеризується широким переліком показників, які про нього свідчать, проте до індикаторів відносять лише певну обмежену кількість найбільш важливих з них.

Індикатори економічної безпеки призначені для визначення кількісних показників (параметрів) соціально – економічної дійсності, перевищення рівня яких перетворить потенційні загрози в реальні. Індикатори безпеки виступають як засіб вивчення, передбачення та управління соціально-економічними проблемами, фіксують норми та задають орієнтири соціально-економічного розвитку, найбільш важливі напрямки управління ним. Для створення системи індикаторів необхідно визначити точку відліку або мінімальний рівень соціального добробуту, на забезпечення якого наближає ймовірність порушень безпеки та стабільності до одиниці, а також границі змін соціально-економічної ситуації в коротко-, середньо- та довгостроковому періоді, в межах яких зберігається можливість попередження загроз економічній безпеці та контролю за розвитком соціальної сфери.

У вітчизняних наукових джерелах наведено багато думок щодо формування переліку індикаторів безпеки на різних рівнях ієрархії управління економікою (національної економіки, регіону, галузі, а також первинної ланки економіки – підприємства). Науковці роблять спроби не лише окреслити перелік, а й обґрунтувати конкретні числові значення індикаторів економічної безпеки, в тому числі щодо підприємництва як сектора економіки.

Так, В. Волошин формує перелік показників – індикаторів економічної безпеки малого і середнього підприємництва за її базовими, на його погляд, складниками (економічна незалежність, здатність та потенціал розвитку) [13, с. 45-46].

Т. Гладченко вважає, що не може існувати єдиного незмінного переліку індикаторів економічної безпеки підприємництва, оскільки кожне підприємство, а також особливості його підприємницької діяльності є особливим та індивідуальним [14, с. 9].

Водночас автор вважає, що до переліку індикаторів можуть бути внесені лише ті, значення яких є одновимірними, їх граничні значення відповідають принципу одноманітності, є безрозмірними (відносними), для показників мають бути обґрунтовані задовільні мінімальні значення та допустимі діапазони змін, має існувати можливість складання рейтингу підприємств, в тому числі у динаміці. Необхідно погодитись, що перелічені вимоги до формування сукупності індикаторів економічної безпеки бізнесу відповідають системному підходу до усвідомлення, оцінювання та в подальшому забезпечення економічної безпеки підприємництва.

В. Сенчагов зазначає, оскільки теорія безпеки може мати практичне застосування лише тоді, коли вона органічно охоплює теорію граничних значень об'єкта [15, с. 82-83]. Порогові значення є важливим інструментом системного аналізу, прогнозування та індикативного соціально-економічного планування [16, 17].

Від точної ідентифікації загроз, від правильного вибору вимірників їх прояву, тобто системи показників для моніторингу (їх ще називають індикаторами), залежить ступінь адекватності оцінки економічної безпеки підприємства існуючої у виробництві реальності і комплекс необхідних заходів для попередження і відбивання небезпеки, що відповідають масштабу і характеру загроз.

В якості однієї з цілей моніторингу економічної безпеки підприємства є діагностика його стану за системою показників, що враховують специфічні галузеві особливості, найбільш характерні для даного підприємства і які мають для останнього важливе стратегічне значення.

Якщо використовувати подібну методику для побудови системи кількісних і якісних показників економічної безпеки на рівні підприємства, то до неї необхідно включити наступні головні, на наш погляд, індикатори.

Щодо специфіки підприємства і відповідно до фактичних і нормативних значень його техніко-економічних показників і величиною їх відхилення від бар'єрних (граничних) значень індикаторів економічної безпеки стан цього підприємства можна характеризувати як:

а) нормальний, коли індикатори економічної безпеки знаходяться в межах граничних значень, а ступінь використання наявного потенціалу

близька до технічно – обґрунтованих нормативів завантаження устаткування і площ;

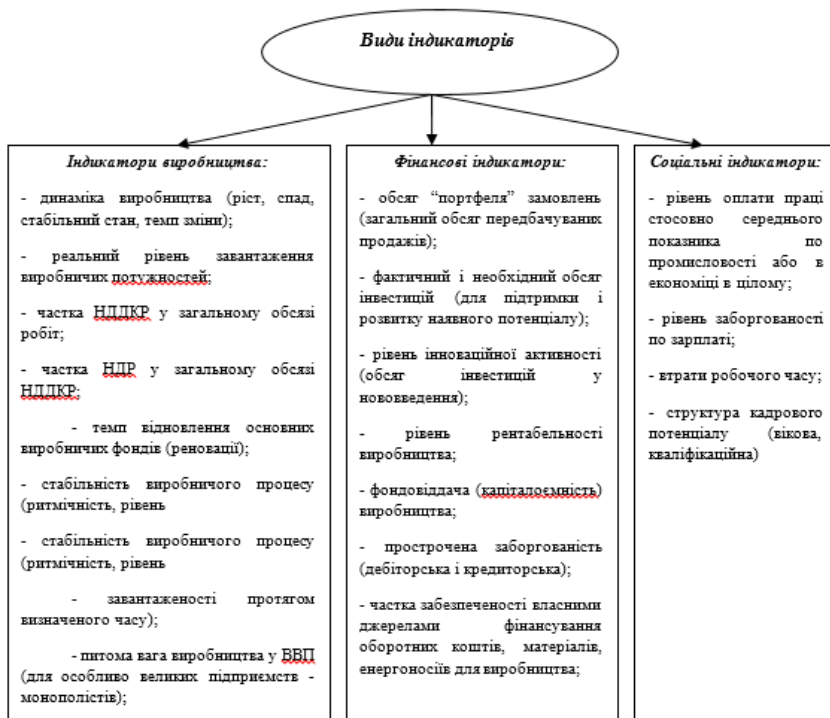


Рис. 1. Основні індикатори для побудови системи кількісних і якісних показників економічної безпеки на рівні підприємства [18]

б) передкризовий, коли переступається бар'єрне значення хоча б одного з індикаторів економічної безпеки, а інші наблизилися до деякої межі своїх бар'єрних значень і при цьому не минулому втрачені технічні і технологічні можливості поліпшення умов і результатів виробництва шляхом прийняття до загроз заходів попереджувального характеру;

в) кризовий, коли переступається бар'єрне значення більшості основних (на думку експертів) індикаторів економічної безпеки і з'являються ознаки необоротності спаду виробництва і часткової втрати потенціалу внаслідок вичерпання технічного ресурсу устаткування і площ, скорочення персоналу;

г) критичний, коли порушуються всі (чи майже усі) бар'єри, що відокремлюють нормальний і кризовий стани розвитку виробництва, а часткова втрата потенціалу стає неминуchoю і невідвoротною [19, с. 54].

Система показників фактичного стану складена нами на підставі усереднених даних за результатами й умовами роботи деяких наукомістких виробництв, що є в засобах масової інформації. Кожне конкретне підприємство може самостійно визначити свою систему показників.

Для оцінки відхилень значення показників нормовані щодо значення показників нормального функціонування підприємства, прийнятих за одиницю, граничні значення індикаторів економічної безпеки і значення показників фактичного стану виробництва підприємства обчислюються частками одиниці.

Тоді, наприклад, норматив використання виробничої потужності при повному її завантаженні в стаціонарному режимі роботи підприємства буде дорівнює одиниці, а граничне значення індикатора для критичного рівня економічної безпеки – 0,5, при цьому фактичне її використання – 0,25. Оскільки показники завантаження потужностей і більшість інших не перевищують 30 % від норми, то при виконанні фактично фінансованих робіт це підприємство буде знаходитися в зоні критичного чи, в кращому випадку, передкризового стану. Отже, перед ним стоїть завдання пошуку такого обсягу замовлень, що виведе підприємство на більш високий рівень виробництва.

Ступінь живучості підприємств (за різними галузями) в умовах кризи виявилася досить високою, у зв'язку з чим не виправдалися прогнози про припинення їх діяльності. Справа в тому, що можливість виживання цих підприємств визначається конкурентоздатністю продукції, що, у свою чергу, залежить від рівня внутрішніх цін на продукцію і послуги.

Критичний момент наступить тоді, коли продукція підприємства стане повністю неконкурентоспроможною на внутрішньому і зовнішньому ринках. Поки що такий момент ще не наступив, але останнім часом (зростання ціни енергоносіїв, паливо-мастильних матеріалів, виробничих складових, обладнання, технологій, напівфабрикатів тощо) виробництво в Україні впритул наблизилося до такої межі.

Підтримка необхідного потенціалу підприємства в сучасних умовах повинна ґрунтуватися на комплексному вирішенні проблеми багатоканальності ресурсного забезпечення його життєдіяльності за рахунок різних джерел, у першу чергу, шляхом стабільного

нарощування комерційного сектора, що буде сприяти мінімізації залежності від держбюджетного фінансування при максимальному збереженні наявного потенціалу. При цьому необхідно враховувати можливості структурної трансформації для ефективного завантаження підприємства, поліпшення його фінансово-економічного положення і підвищення конкурентоздатності.

Завоювання нових ринків для своєї продукції як додаткових джерел засобів необхідне для компенсації дефіциту фінансування і доведення його до рівня граничних значень показників економічної безпеки підприємства, нижче яких починається необоротна деградація його потенціалу, при якій сама постановка задачі оцінки економічної безпеки втрачає сенс.

Виявлення і вживання заходів, спрямованих на запобігання загроз економічної безпеки, припускає аналіз гіпотетичного стану підприємства в результаті виконання прийнятих раніше стратегічних для цього підприємства економічних і науково-технічних рішень, загальних тенденцій і процесів у затребуваності продукції і послуг, інвестицій тощо.

Оскільки прояв і дія загроз – неодномоментний акт, а складний динамічний процес, причому процес детермінований, тобто з досить твердою тимчасовою структурою причинно-наслідкових зв'язків подій, що відбуваються у виробництві, то й оцінка економічної безпеки повинна здійснюватися в динаміці зміни потенціалу цього виробництва на деякому тимчасовому інтервалі. Останній повинен визначатися виходячи з уявлень про вірогідність інформації, що використовується як база прогнозування (технічно й економічно обґрунтованих нормативів, норм тощо).

Відповідно, для контрольних точок прогнозування (допустимо, на кінець кожного року або на кінець усього періоду) необхідний розрахунок техніко - економічних показників стану виробництва підприємства, що є основою такої оцінки.

Для побудови і всебічної техніко-економічної оцінки гіпотез або можливих стратегій розвитку виробництва в контрольних точках встановленого обрію прогнозування необхідний відповідний інструментарій, у якості якого можуть виступати різні методи, що застосовуються в економічному і науково - технічному прогнозуванні.

Постійне посилення факторів, що загрожують економічній безпеці підприємства й обумовлюють його депресивний розвиток, порушує питання про створення системи моніторингу стану і динаміки розвитку підприємства з метою завчасного попередження загрозливої небезпеки і вживання необхідних заходів захисту і протидії.

Моніторинг повинен бути результатом взаємодії всіх зацікавлених служб підприємства. При здійсненні моніторингу повинен діяти принцип безперервності спостереження за станом об'єкта моніторингу з урахуванням фактичного стану і тенденцій розвитку його потенціалу, а також загального розвитку економіки, політичної обстановки і дії інших загальносистемних факторів.

Важливе значення мають порогові значення індикаторів, вихід за межі яких веде до руйнівних тенденцій у сфері економіки.

Позитивно, що в Україні у вищих органах державної влади усвідомлюють як необхідність застосування числових оптимальних, порогових та граничних значень показників-індикаторів рівня економічної безпеки, так і його вагомість. Вважаємо, що аналогічну (до передбаченої методикою Міністерства економіки України оцінки рівня економічної безпеки держави) градацію значень індикаторів доцільно застосовувати для показників економічної безпеки підприємництва. Це одночасно за умови запровадження органами державної влади в Україні методики розрахунку рівня економічної безпеки підприємництва дозволить гармонізувати обидві методики та внести інтегральний показник останньої до методики оцінки рівня економічної безпеки держави загалом.

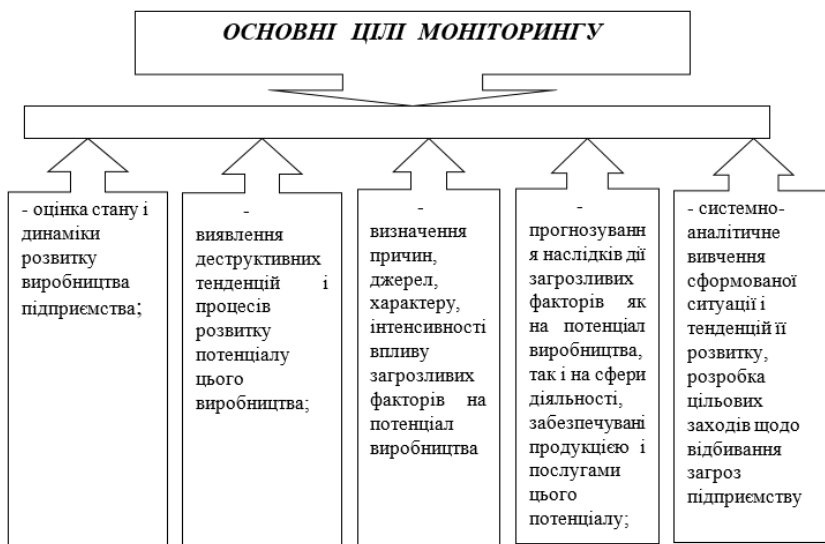


Рис. 2. Основні цілі моніторингу [21]

Узагальнена оцінка рівня економічної безпеки підприємництва може здійснюватися на підставі зіставлення граничних (критичних і нормальних) та фактичних значень показників індикаторів. При цьому експрес-оцінка рівня економічної безпеки бізнесу може проводитись на основі графічного аналізу, що дозволяє виокремити зону нормального, критичного рівня безпеки та передкризову зону [22].

Більшість індикаторів економічної безпеки підприємництва відображають ефективність функціонування підприємств. Зокрема, в межах зовнішньоекономічного складника це: коефіцієнт покриття імпорту експортом та їх частка у ВВП; у межах інвестиційного складника – частка інвестицій у вартості основних засобів; у межах науково-технологічного складника – частка інноваційної продукції, частка підприємств, які впроваджують інновації та коефіцієнт винахідницької активності; у межах виробничого складника – продуктивність праці та відношення темпів її зміни до обсягів господарської діяльності, а також до витрат на оплату праці, рентабельність господарської діяльності тощо.

Водночас здатність до розвитку підприємництва і відповідно зміцнення його економічної безпеки відображають такі індикатори: в межах фінансового складника – динаміка капіталізації підприємств; у межах зовнішньоекономічного складника – відношення темпів зростання експорту до імпорту; в межах інвестиційного складника – відношення чистого приросту прямих іноземних інвестицій до ВВП; в межах науково-технологічного складника – обсяг витрат на інноваційний розвиток до ВВП, коефіцієнти інноваційної та винахідницької активності підприємств; в межах виробничого складника – індекс реального виробництва та обсягів господарської діяльності суб'єктів підприємництва.

Висновки. Підсумовуючи вище викладене, можна зробити такий висновок, що економічна безпека підприємства - це такий стан ресурсів і підприємницьких можливостей, за якого гарантується найбільш ефективно їх використання для стабільного функціонування та динамічного науково-технічного та соціального розвитку, запобігання внутрішнім та зовнішнім негативним впливам. Виходячи з цього система економічної безпеки відіграє одну з провідних ролей, оскільки стабільне функціонування, зростання економічного потенціалу будь-якого підприємства в умовах ринкових відносин багато в чому залежить від її надійності. Практика і наукові дослідження свідчать, що організація сучасної підприємницької діяльності потребує

доопрацювання і створення системи економічної безпеки, яка б урахувала ті негативи, що може спричинити кожна сторона або економічна дія щодо підприємства.

Література.

1. **Шлемко В.Т., Бінько І.Ф.** Економічна безпека України: сутність і напрямки забезпечення: монографія. К.: НІСД. 1997. 144 с.

2. **Мішина І.Г.** Економічна безпека в умовах ринкових трансформацій: дис. ... канд.екон. наук: 08.00.01 – економічна теорія та історія економічної думки. Донецьк, 2007. 235 с.

3. **Власюк О.С.** Теорія і практика економічної безпеки в системі науки про економіку. Нац. ін-т пробл. міжнар. безпеки при Раді нац. безпеки і оборони України. К. 2008. 48 с.

4. **Пастернак-Таранушенко Г.А.** Економічна безпека держави. Методологія забезпечення: монографія. К.: Київський економічний інститут менеджменту. 2003. 320 с.

5. **Єрмошенко М.М.** Фінансова безпека держави: національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення. К.: КНТЕУ. 2001. 309 с.

6. **Олейникова Е.А.** Основы экономической безопасности (государство, регион, предприятие, личность): учеб. пособие. М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1997. 288 с.

7. **Коваленко К.В.** Основы створення комплексної системи економічної безпеки підприємства: теоретичний аспект. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*. 2008. № 3. С. 134-139.

8. **Кузенко Т.Б.** Планування економічної безпеки підприємства в умовах ринкової економіки: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами. К., 2004. 18 с.

9. **Варналій З.С.** Економічна безпека: навчальний посібник К.: Знання, 2009. 647 с.

10. **Грунин О.А., Грунин С.О.** Экономическая безопасность организации: учеб. пособие униф. СПб.: Питер, 2002. 160 с.

11. **Оргинський В.А., Керницький І.С.** Економічна безпека підприємств, організацій та установ: навчальний посібник. К.: Правова єдність, 2009. 544 с.

12. **Васильців Т.Г.** Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми зміцнення: монографія. Львів: Арал, 2008. 79 с.

13. **Волошин В.І.** Пріоритети та методи забезпечення економічної безпеки малого і середнього підприємництва: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. Л., 2008. С. 45-46.

14. **Гладченко Т.М.** Науково-методичні основи створення механізму державного управління і регулювання системи безпеки підприємницької діяльності: регіональний аспект: автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр.: 25.00.02 – механізми державного управління. Донецьк, 2004. С. 9.

15. **Ярова Ю.О.** Структура економічної безпеки підприємства в умовах кризи. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2016. № 13. С. 257-263.

16. **Стрішенець О.М., Лагодієнко В.В., Палав К.В.** Модель соціоекологіоекономічної безпеки регіону. Концептуальні основи соціоекологіоекономічної безпеки: колективна монографія / Л.М. Черчик, Н.В. Коленда, Н.М. Матвійчук та ін.; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л.М. Черчик. Луцьк: Терен, 2018. С. 265-272.

17. **Лагодієнко В.В., Лагодієнко Н.В.** Вплив глобалізації та міжнародної інтеграції на стан продовольчої безпеки України та її регіонів. *Бізнес навігатор*. 2013. № 34. С. 171-176.

18. **Іванюта Т.М., Заїчковський А.О.** Економічна безпека підприємства. К.: Центр навч. літ-ри, 2009. 256 с.

19. **Лоханова Н.** Система управління станом економічної безпеки підприємства: проблемні питання, концепція розвитку. *Економіст*. 2005. № 2. С. 52-56.

20. **Лабунская С.В., Прокопишина Е.В.** Особенности количественного определения уровня внутренних угроз экономической безопасности деятельности предприятия. *Бизнес Информ*. 2007. № 11. С. 97-102.

21. **Донець А.І., Ващенко Н.В.** Економічна безпека підприємства: навчальний посібник. К.: Центр навч. літ-ри, 2008. 240 с.

22. **Лагодієнко В.В.** Продовольча безпека Причорноморського регіону: стан, тенденції, перспективи. *Economic and Food Security of Ukraine*. 2019. No. 6(3-4), С. 16-25. <https://doi.org/10.15673/efs.v6i3-4.1282>

References.

1. **Shlemko V.T., & Binko I.F.** (1997). *Ekonomichna bezpeka Ukrainy: sutnist i napriamky zabezpechennia* [Economic Security of Ukraine: Essence and Directions of Supply]. Kyiv: NISD, p. 144 [in Ukrainian].

2. **Mishyna I.H.** (2007). *Ekonomichna bezpeka v umovakh rynkovykh transformatsii* [Economic security in the conditions of market transformations]. *Dissertation of the candidate of economic sciences*. Donetsk, p. 235 [in Ukrainian].

3. **Vlasiuk O.S.** (2008). *Teoriia i praktyka ekonomichnoi bezpeky v systemi nauky pro ekonomiku* [The theory and practice of economic security in the system of economics]. Kyiv, p. 48 [in Ukrainian].

4. **Pasternak-Taranushenko H.A.** (2003). *Ekonomichna bezpeka derzhavy. Metodolohiia zabezpechennia* [Economic security of the state. Provision methodology]. Kyiv: Kyivskiyi ek-niyi instytut menedzhmentu, p. 320 [in Ukrainian].

5. **Iermoshenko M.M.** (2001). *Finansova bezpeka derzhavy: natsionalni interesy, realni zahrozy, stratehiia zabezpechennia* [Financial security of the state: national interests, real threats, security strategy]. Kyiv: KNTEU, p. 309 [in Ukrainian].

6. **Oleinykova E.A.** (1997). *Osnovy ekonomicheskoy bezopasnosti (gosudarstvo, region, predpriyatiye, lichnost')* [Fundamentals of economic security (state, region, enterprise, personality)]. Moscow: ZAO «Byznes-shkola «Yntel-SynteZ», p. 288 [in Russian].

7. **Kovalenko K.V.** (2008). *Osnovy stvorennia kompleksnoi systemy ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva: teoretychnyi aspekt* [Bases of creation of complex system of economic security of the enterprise: theoretical aspect]. *Visnyk Donetskoho natsionalnogo universytetu ekonomiky i torhivli imeni Mykhaila Tugan-Baranovskoho – Bulletin of Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky*, no. 3, pp. 134-139 [in Ukrainian].

8. **Kuzenko T.B.** (2004). *Planuvannia ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva v umovakh rynkovoi ekonomiky* [Planning of economic security of the enterprise in the conditions of a market economy]: *The dissertation author's abstract on competition of a scientific degree of the candidate of economic sciences*, Kyiv, p. 18 [in Ukrainian].

9. **Varnalii Z.S.** (2009). *Ekonomichna bezpeka* [Economic Security]. Kyiv: Znannia, p. 647 [in Ukrainian].

10. **Hrunyn O.A., & Hrunyn S.O.** (2002). *Ekonomicheskaya bezopasnost' organizatsii* [The economic security of the organization]. Saint-Petersburg: Pyter, p. 160 [in Russian].

11. **Ortynskiy V.L., & Kernytskyi I.S.** (2009). *Ekonomichna bezpeka pidpriemstv, orhanizatsii ta ustanov* [Economic security of enterprises, organizations and institutions]. Kyiv: Pravova yednist, p. 544 [in Ukrainian].

12. **Vasylytsiv T.H.** (2008). *Ekonomichna bezpeka pidpriemnytstva Ukrainy: stratehiia ta mekhanizmy zmitsnennia* [Economic security of entrepreneurship of Ukraine: strategy and mechanisms of strengthening]. Lviv: Aral, p. 79 [in Ukrainian].

13. **Voloshyn V.I.** (2008). *Priorytety ta metody zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky maloho i serednoho pidpriemnytstva* [Priorities and methods of ensuring the economic security of small and medium-sized enterprises]. *Dissertation of the candidate of economic sciences*. L'viv, p. 45-46 [in Ukrainian].

14. **Hladchenko T.M.** (2004). *Naukovo-metodychni osnovy stvorennia mekhanizmu derzhavnogo upravlinnia i rehuliuвання systemy bezpeky pidpriemnytsoi diialnosti* [Scientific-methodical bases of creation of the mechanism of state administration and regulation of the security system of business activity: regional aspect]. *Abstract of the dissertation of the candidate of sciences in public administration*. Donetsk [in Ukrainian].

15. **Iarova Yu.O.** (2016). *Struktura ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva v umovakh kryzy* [Structure of economic security of the enterprise in crisis]. *Ekonomichnyi visnyk Natsionalnogo tekhnichnogo universytetu Ukrainy «Kyivskiy politekhnichnyi instytut» – Economic Bulletin of the National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute»*, no. 13, pp. 257-263 [in Ukrainian].

16. **Strishenets O.M., Lagodiienko V.V., & Pavlov K.V.** (2018). *Model of socio-ecological and economic security of the region. Conceptual Foundations of Socioecological and Economic Security [Model of socio-ecological and economic security of the region. Conceptual bases of socioecological and economic security]*. **L.M. Churchik** (Ed.). Lutsk: Teren, pp. 265-272 [in Ukrainian].

17. **Lagodiienko V.V., & Lagodiienko N.V.** (2013). Impact of globalization and international integration on the food security of Ukraine and its regions [Impact of globalization and international integration on the food security of Ukraine and its regions]. *Business navigator – Business navigator*, no. 34, pp. 171-176 [in Ukrainian].

18. **Ivaniuta T.M., & Zaichkovskyi A.O.** (2009). *Ekonomichna bezpeka pidpriemstva [Economic security of the enterprise]*. Kyiv: Tsentr navch. lit-ry, p. 256 [in Ukrainian].

19. **Lokhanova N.** (2005). Systema upravlinnia stanom ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva: problemni pytannia, kontseptsiiia rozvytku [the system of management of the state of economic security of the enterprise: problematic issues, concept of development]. *Ekonomist – Economist*, no. 2, pp. 52-56 [in Ukrainian].

20. **Labunskaia S.V., & Prokopyshyna E.V.** (2007). Osobennosti kolichestvennogo opredeleniya urovnya vnutrennikh ugroz ekonomicheskoy bezopasnosti deyatel'nosti predpriyatiya [Features of quantitative determination of the level of internal threats to the economic security of the enterprise]. *Biznes Inform – Business Inform*, no. 11, pp. 97-102 [in Russian].

21. **Donets L.I., & Vashchenko N.V.** (2008). *Ekonomichna bezpeka pidpriemstva [Economic security of the enterprise]*. Kyiv: Tsentr navch. lit-ry, p. 240 [in Ukrainian].

22. **Lagodiienko V.V.** (2019). Food security of the Black Sea region: status, trends, prospects [Food security of the Black Sea region: state, trends, prospects]. *Economic and Food Security of Ukraine*, no. 6(3-4), pp. 16-25. Retrieved from: <https://doi.org/10.15673/efs.v6i3-4.1282> [in Ukrainian].

Анотація.

Лагодієнко В.В., Суханова А.В. Характеристика економічної безпеки підприємств та оцінка основних індикаторів безпеки.

В статті розглянута сутність поняття «економічна безпека» з точки зору трактування провідних науковців. Наведено тлумачення поняття «економічна безпека підприємства» та визначення основних його складових. Запропоновано здійснювати комплексні аналітичні та прогнозуючі аналізи основних функціонуючих складових економічної безпеки. Наголошується, що створення надійної системи економічної безпеки забезпечує стабільний розвиток та функціонування підприємства і створює умови для реалізації його економічного потенціалу. А також охарактеризовано основні індикатори економічної безпеки, які призначені для визначення кількісних показників (параметрів) соціально-економічної діяльності, перевищення рівня яких перетворює потенційні загрози в реальні.

Ключові слова: економічна безпека, економічна безпека підприємства, індикатори, індикатори виробництва, моніторинг, соціальні індикатори, чинники зовнішнього і внутрішнього середовища, цілі моніторингу, фінансові індикатори.

Аннотация.

Лагодієнко В.В., Суханова А.В. Характеристика экономической безопасности предприятий и оценка основных индикаторов безопасности.

В статье рассмотрена сущность понятия «экономическая безопасность» с точки зрения трактовки ведущих ученых. Приведенное толкование понятия «экономическая безопасность предприятия» и определение основных его составляющих. Предложено осуществлять комплексные аналитические и прогнозирующие анализы основных функционирующих составляющих экономической безопасности. Отмечается, что создание надежной системы экономической безопасности обеспечивает стабильное развитие и функционирование предприятия и создает условия для реализации его экономического потенциала. А также охарактеризованы основные индикаторы экономической безопасности, которые предназначены для определения количественных показателей (параметров) социально-экономической действительности, превышение уровня которых превратит потенциальные угрозы в реальные.

Ключевые слова: экономическая безопасность, экономическая безопасность предприятия, индикаторы, индикаторы производства, мониторинг, социальные индикаторы, факторы внешней и внутренней среды, цели мониторинга, финансовые индикаторы.

Abstract.

Lagodiienko V.V., Suhanova A.V. Characteristics of economic security of enterprises and evaluation of the main safety indicators.

The article deals with the essence of the concept of «economic security» in terms of the interpretation of leading scientists. An explanation of the concept of «economic security of the enterprise» and definition of its main components are given. It is proposed to carry out complex analytical and forecasting analyzes of the main functioning components of economic security. It is emphasized that the creation of a reliable economic security system ensures the stable development and functioning of the enterprise and creates the conditions for realizing its economic potential. It also describes the main indicators of economic security, which are intended to determine the quantitative indicators (parameters) of socio-economic reality, the excess of which will turn potential threats into real ones.

Key words: economic security, economic security of the enterprise, indicators, production indicators, monitoring, social indicators, external and internal environment factors, monitoring objectives, financial indicators.

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИТРАТ В СИСТЕМІ МУЛЬТИМОДАЛЬНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

*МАШКАНЦЕВА С.О., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА МОРСЬКА АКАДЕМІЯ*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Інтеграція України в світову господарську систему, підвищення рівня товарообміну між країнами, міжнародна конкуренція, формування транспортно-логістичної інфраструктури сприяють активізації розвитку системи мультимодальних перевезень, яка забезпечує організаційно-технологічну взаємодію різних видів транспорту, координацію та синхронізацію процесів транспортно-логістичного обслуговування, встановлення партнерських відносин між усіма учасниками ланцюга доставки вантажів на вигідних умовах. Високий рівень організації перевезень вантажів, використання сучасних інформаційних систем обліку даних, посилення кооперації і налагоджений формат економічних відносин учасників такого перевезення виділяє їх серед інших видів перевезень і створює переваги для споживачів транспортних послуг [3, с. 130].

Система мультимодальних перевезень має такі переваги:

- прискорена доставка вантажів, особливо на великі відстані;
- фіксований графік перевезення;
- схоронність вантажів, що транспортуються на всьому шляху проходження;
- збільшення обсягів та регулярності перевезень;
- збереження та зменшення завантаженості автомобільних доріг;
- зменшення негативного впливу транспорту на навколишнє середовище;
- конкурентоспроможна, порівняно з альтернативними видами транспорту, вартість перевезення [5].

Особливої уваги в процесі здійснення мультимодальних перевезень набуває розрахунок витрат на транспортування продукції. Відповідно до галузевого підходу до критеріїв транспортних витрат відносять: надійність, доступність, час тощо. На вартість перевезення вантажу впливають: відстань перевезення; маса, час перевезення вантажу, рентабельність капіталу, рівень логістичного обслуговування перевізником. Логістичний підхід передбачає досягнення мінімальних

транспортних витрат за акцептованих умов перевезення, тобто субоптимальне «транспортне» рішення і оптимальне «логістичне» рішення, що вимагає об'єктивної оцінки рівня транспортних витрат; встановлення чинників, щодо яких є еластичними ціни. Відтак, актуальності набуває питання лінійного програмування оптимізації транспортних витрат з використанням транспортної задачі.

Застосування даної задачі полягає в знаходженні плану перевезення певних обсягів вантажів від постачальників до споживачів, з урахуванням витрат на транспортування. Тому постає завдання: отримати оптимальний план між усіма складовими системи мультимодального перевезення для розподілу матеріальних, трудових і фінансових ресурсів [5, с. 114].

З метою розробки планів такого типу використовують методи складання опорного плану транспортної задачі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження організації мультимодальних перевезень та взаємодії усіх видів транспорту вивчали М. Постан, С. Резер, Н. Правдин, В. Подкопась, Г. Левіков, В. Тарабанько, Л. Савченко. Проблеми оптимізації витрат на функціонування транспортної галузі висвітлені в працях: М. Котлубая, О. Котлубая, Л. Сотниченко, Ю. Цветова, О. Корнієцького. Методичні основи складання опорного плану розв'язування транспортної задачі розглядаються у роботах таких учених, як: О. Зайченко, О. Ісакова, О. Шевченка, С. Наконечного, С. Савіна тощо. Однак, питання висвітлення методики складання транспортної задачі для забезпечення мінімум витрат в системі мультимодальних перевезень залишається недостатньо вивченим.

Формулювання цілей статті. Метою статті є вивчення методичних аспектів постановки та рішення транспортної задачі в системі мультимодальних перевезень для забезпечення оптимальності транспортних витрат.

Виклад основного матеріалу дослідження. Транспортна задача — одна з найбільш поширених задач математичного програмування. При розподілі однорідного виду продукції та відсутності умови лімітування від кого з постачальників її отримувати, завдання транспортної задачі формулюється таким чином: маємо ряд пунктів виробництва $A_1, A_2, \dots, A_m$ з обсягами виробництва в одиницю часу, рівними відповідно $a_1, a_2, \dots, a_m$, та пункти споживання $B_1, B_2, \dots, B_n$, використовуючи за той же проміжок часу відповідно $b_1, b_2, \dots, b_n$ продукції.

Основні питання, які вирішуються за допомогою транспортної задачі в системі мультимодальних перевезень — це розробка

оптимальних планів перевезень, оптимізація схем вантажопотоків для окремих видів транспорту, оптимізація маршрутів руху транспортних засобів, раціональний вибір виду транспорту для перевезень.

Формулювання мети оптимізації транспортних витрат характеризує економічний аспект задачі, а знання економіко-математичних методів дозволяє ефективніше вирішувати цю задачу [1, 3].

У випадку якщо вирішується замкнута (збалансована) задача, сума обсягів виробництва на всіх « m » пунктах-постачальниках дорівнює сумі об'ємів споживання на всіх « n » пунктах-одержувачах:

$$\sum_{i=1}^m a_i = \sum_{j=1}^n b_j \quad (1)$$

Крім того, відомі витрати по перевезенню одиниці продукції від кожного постачальника до кожного одержувача, котрі позначаються C_{ij} . Як невідомі величини виступають об'єми продукції, що перевозиться з кожного пункту виробництва в кожен пункт споживання, позначаються відповідно X_{ij} . Тоді, найбільш раціональним прикріпленням постачальників до споживачів буде таке, при якому сумарні витрати на транспортування будуть найменшими.

Оскільки добуток $C_{ij}x_{ij}$ визначає витрати на перевезення вантажу від i -го постачальника j -му споживачеві, то сумарні витрати на перевезення всіх вантажів дорівнюють:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n C_{ij}x_{ij} \quad (2)$$

За умовами задачі потрібно забезпечити мінімум сумарних витрат. Отже, цільова функція має вигляд:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n C_{ij}x_{ij} \rightarrow \min \quad (3)$$

$$\min F(x) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n C_{ij}x_{ij}$$

Система обмежень завдання складається з двох груп рівнянь. Перша група з « m » рівнянь описує той факт, що запаси всіх « m » постачальників вивозяться повністю:

$$\sum_{j=1}^n x_{ij} = a_i, (i=1, 2, \dots, m) \quad (4)$$

Друга група з « m » рівнянь виражає вимогу повністю задовольнити запити всіх « m » споживачів:

$$\sum_{j=1}^m x_{ij} = b_j, (j=1, 2, \dots, n) \quad (5)$$

Постачання від якого-небудь пункту виробництва до того, або іншого пункту споживання, не може бути менше нуля:

$$X_{ij} \geq 0, (i=1, 2, \dots, m; j=1, 2, \dots, n) \quad (6)$$

Змінними транспортної задачі є x_{ij} (де $i=1, 2, \dots, m; j=1, 2, \dots, n$) – об'єми перевезень від кожного i -го постачальника кожному j -му споживачеві.

Таким чином, математичну модель завдання можна записати так [4, 5]:

$$Z(x) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n c_{ij} x_{ij} - \min \quad (7)$$

$$\sum_{j=1}^n x_{ij} = a_i, (i = 1, 2, \dots, m); \quad (8)$$

$$\sum_{i=1}^m x_{ij} = b_j, (j = 1, 2, \dots, n); \quad (9)$$

$$X_{ij} \geq 0, (i = 1, 2, \dots, m; j = 1, 2, \dots, n); \quad (10)$$

У транспортних задачах під постачальниками та споживачами розуміються різні промислові та сільськогосподарські підприємства, заводи, фабрики, склади, магазини тощо. Однорідними вважаються вантажі, які можуть бути перевезені одним видом транспорту і прийнятні для всіх споживачів. Під вартістю перевезень розуміються тарифи, відстані, час, витрата палива та інші параметри транспортного процесу. Рішення транспортної задачі починають із складання вихідного опорного плану перевезень. Відомі наступні методи складання вихідного плану: метод північно-західного кута, метод мінімального елемента, метод подвійної переваги, метод апроксимації Фогеля тощо. Значення цільової функції при планах, побудованих перерахованими методами, в різній мірі відхилятимуться від оптимального її значення, до того ж всі перераховані методи, більшою чи меншою мірою, пристосовані для реалізації на ЕОМ і для виконання розрахунків вручну. У кожному з перерахованих методів по-різному визначається пріоритет – послідовність завантаження клітинок, тобто

відшукання значення x_{ij} при побудові плану перевезень. Транспортна задача вирішена, тобто для неї існує хоч би один план і цільова функція обмежена, якщо для неї виконується умова балансу [2, с. 37].

Алгоритм рішення транспортної задачі методом потенціалів полягає в наступному:

- складається вихідний опорний план X одним з відомих методів;
- будується система $m + n$ чисел u_i та на основі системи рівності з ознаки оптимальності;
- план X досліджується на оптимальність за допомогою системи нерівностей.

Якщо план X , побудований на попередньому етапі, не оптимальний, він складається з наступних трьох операцій:

- план X покращується, тобто замінюється планом X' за допомогою процедури перерахунку за циклом. Цикл будується для тієї вільної клітинки, в якій розбіжність $\delta_{ij} = V_j - u_i - C_{ij}$ максимальна;
- плану X' ставиться у відповідність нова система потенціалів v_j^1, u_i^1 на основі співвідношень;
- план X' досліджується на оптимальність з використанням співвідношення [4, 5].

Процедура загального етапу повторюється, поки не буде отриманий оптимальний план або безліч оптимальних планів. Останнє матиме місце, якщо хоч би для однієї з вільних клітинок виконуватиметься співвідношення $V_j - U_i = C_{ij}$. Вихідний опорний план може бути виродженим. Якщо при визначенні величини перевезення в зайнятій клітинці $x_{ij} = \min \{a_i; b_j\}$ величини a_i та b_j дорівнюють один одному, тоді прикріплення A_i до B_j одночасно повністю задовольняється попит b_j та забезпечується повне перевезення продукту в кількості a_i . Для того, щоб провести оптимізацію виродженого плану методом потенціалів, необхідно збільшити число зайнятих клітинок цього плану до $m + n - 1$. Перевезення в таких додатково зайнятих клітинках приймають рівними «явним» нулю. Клітинка з «явним» нулем розглядається в процесі рішення як зайнята на відміну від вільних клітинок, в яких величини перевезень теж нульові.

Науковці виокремлюють такі критерії при рішенні транспортних задач:

- витрати роботи транспорту (для автомобільного та залізничного – тонно-кілометри, для морського – тоннаже-милями. Застосовується для оптимізації роботи одного виду транспорту при перевезенні однорідного вантажу);

– провізна плата (застосовується, якщо необхідно мінімізувати транспортні витрати, що враховуються на балансі підприємств: вантажовідправників, вантажоодержувачів, посередницьких організацій);

– експлуатаційні витрати на транспортування (відображає економічність перевезень різними видами транспорту. Основний недолік його – в складності калькуляції собівартості перевезень за ділянками. При розрахунках на перспективу використовують як показник повної собівартості перевезень з обліком можливих реконструкцій, нового будівництва, модернізації, комп'ютеризації, тобто всіх змін в технології перевезення і перевантаження);

– загальні витрати часу на транспортування вантажів (використовується для обґрунтування схем перевезення вантажів різними видами транспорту);

– приведені загальні витрати (розрахунок залежить від конкретних умов оптимізації: розміщення виробництва, потреба в нових капіталовкладеннях. Наприклад, для вибору оптимального плану перевезень при заданому розміщенні виробництва в цьому критерії необхідно враховувати: поточні витрати транспорту, залежні від розмірів рухів; капіталовкладення в пересувний склад; оборотні кошти, вкладені у вантаж) [1, с. 68; 6].

Відтак, кожен критерій оптимальності має переваги та недоліки, які пов'язані з забезпеченням інформацією у вигляді масиву коефіцієнтів при невідомих в цільовій функції та сферою його застосування. Вибір та обґрунтування критерію оптимальності виконуються з врахуванням всіх цих обставин у кожному конкретному випадку.

Висновки. Транспортування – це ключова комплексна активність, пов'язана з переміщенням матеріальних ресурсів, незавершеного виробництва або готової продукції певним транспортним засобом у логістичному ланцюзі. Розвиток мультимодальної системи перевезення вантажів сприяє вирішенню економічних питань регіону; забезпечує координацію та організаційно-технологічну взаємодію всіх ланок ланцюга доставки вантажів; забезпечує розвиток інфраструктури ринку транспортних послуг. В сучасних умовах розроблено безліч різних алгоритмів рішення транспортної задачі. У практиці організації перевезень вантажів нерідко спостерігаються випадки, коли доставка вантажів здійснюється з одного пункту в інший через третій пункт, який найчастіше є складом або пунктом перевалки. Можливі різні варіанти постановки транспортної

задачі з врахуванням цієї вимоги. Транспортні задачі представляють собою вибір оптимального варіанта логістики від пунктів виробництва до пунктів споживання з урахуванням усіх реальних можливостей. Використання розрахунків транспортних задач знижує транспортні витрати на 10-30 %. Зазвичай її математичну модель можна розглядати як модель розподільної задачі лінійного програмування. В подальшому в процесі дослідження заслуговує на увагу вивчення факторів, які впливають на вибір виду транспорту: час доставки; частота відправлень вантажу; надійність дотримання графіка доставки; спроможність перевозити різні вантажі; спроможність доставити вантаж у будь-яку точку; вартість перевезення.

Література.

1 **Алексієв В.О.** Управління розвитком транспортних систем: монографія. Харків: ХНАДУ, 2008. 268 с.

2. **Іваницька О.В., Рощина Н.В., Сербул С.** Транспортна задача лінійного програмування. *Агросвіт*. 2015. № 14. С. 35-40.

3. Розвиток транспорту з метою відновлення і зростання української економіки: наукова доповідь / за ред. д-ра екон. наук **О.І. Никифороук**. К., 2018. 200 с.

4. Розв'язування задач лінійного програмування. URL: <http://www.vevivi.ru/best/Rozvyazannyazadachliniogoprogramuvannyaref193370.html>

5. **Соколова О.Є.** Концептуальні засади формування мультимодальної системи перевезення вантажів. *Науковий технології*. 2014. № 1. С. 114-118.

6. **Лагодієнко В.В., Корнієцький О.В.** Логістика по-японськи: підвищення ефективності діяльності підприємств. *Культура народів Причорномор'я*. 2014. № 275. С. 207-210.

References.

1. **Aleksiiev V.O.** (2008). *Upravlinnia rozvytkom transportnykh system* [Transport Systems Development Management]. Kharkiv: KhNADU, p. 268 [in Ukrainian].

2. **Ivanytska O.V., Roshchyna N.V., & Serbul S.** (2015). Transportna zadacha liniinoho prohramuvannia [Transport problem of linear programming]. *Abrosvit – Agro-world*, no. 14, pp. 35-40 [in Ukrainian].

3. *Rozvytok transportu z metoiu vidnovlennia i zrostannia ukrainskoi ekonomiky* [Transport Development for the Recovery and Growth of the Ukrainian Economy]. (2018). **O.I. Nykyforuk** (Ed.). Kyiv, p. 200 [in Ukrainian].

4. Rozviazuvannia zadach liniinoho prohramuvannia [Solving linear programming problems]. [www.vevivi.ru](http://www.vevivi.ru/best/Rozvyazannyazadachliniogoprogramuvannyaref193370.html). Retrieved from: <http://www.vevivi.ru/best/Rozvyazannyazadachliniogoprogramuvannyaref193370.html> [in Ukrainian].

5. **Sokolova O.Ie.** (2014). Kontseptualni zasady formuvannia multimodalnoi systemy perevezennia vantazhiv [Conceptual bases of formation of multimodal cargo transportation system]. *Naukoiemni tekhnolohii – Technology-intensive*, no. 1, pp. 114-118 [in Ukrainian].

6. **Lagodiienko V.V., & Kornietsky O.V.** (2014). Lohistyka po-yapons'ky: pidvyshchennya efektyvnosti diyal'nosti pidpryemstv [Logistics in Japanese: Increasing Business Efficiency]. *Kul'tura narodov Prychernomor'ya – Culture of the Black Sea peoples*, no. 275, pp. 207-210 [in Ukrainian].

Анотація.

Машканцева С.О. Методичні аспекти оптимізації витрат в системі мультимодальних перевезень.

Розвиток мультимодальних перевезень є одним із потенціалів збільшення обсягів перевезення вантажів. Мультимодальні перевезення виступають одним з головних напрямів сучасної європейської транспортної політики. Основним проблемним питанням в процесі здійснення мультимодальних перевезень є розрахунок витрат на транспортування продукції. В сучасних умовах розроблено безліч різних алгоритмів рішення транспортної задачі.

У статті висвітлено методичні аспекти постановки та рішення транспортної задачі в системі мультимодальних перевезень для забезпечення оптимальності транспортних витрат; розглянуто основні критерії, які впливають на рішення транспортної задачі; запропоновано алгоритм рішення транспортної задачі методом потенціалів.

Ключові слова: мультимодальні перевезення; транспортні витрати; транспортна задача; оптимізація; математичні моделі.

Аннотация.

Машканцева С.А. Методические аспекты оптимизации расходов в системе мультимодальных перевозок.

Развитие мультимодальных перевозок является одним из потенциалов увеличения объемов перевозки грузов. Мультимодальные перевозки выступают одним из главных направлений современной европейской транспортной политики. Основным проблемным вопросом в процессе осуществления мультимодальных перевозок является расчет затрат на транспортировку продукции. В современных условиях разработано множество различных алгоритмов решения транспортной задачи.

В статье освещены методические аспекты постановки и решения транспортной задачи в системе мультимодальных перевозок для обеспечения оптимальности транспортных расходов; рассмотрены основные критерии, которые влияют на решение транспортной задачи; предложен алгоритм решения транспортной задачи методом потенциалов.

Ключевые слова: мультимодальные перевозки; транспортные расходы; транспортная задача; оптимизация; математические модели.

Abstract.

Mashkantseva S.O. Methodical aspects of cost optimization in the multimodal transportation system.

The development of multimodal transport is one of the potential for increasing the volume of freight transportation. Multimodal transport is one of the main directions of modern European transport policy. The main problematic issue in the process of multimodal transportation is the calculation of the cost of transporting products. In modern conditions, many different algorithms for solving the transport problem have been developed.

The article deals with the methodological aspects of setting and solving the transport problem in the system of multimodal transportation for ensuring optimality of transport costs; the main criteria that influence the solution of the transport problem are considered; an algorithm for solving the transport problem by the method of potentials is proposed.

Key words: *multimodal transportation; transportation costs; transport task; optimization; mathematical models.*

УДК 338.439.63:[635.1/.8-026.451(477)]

СПОЖИВАННЯ НАСЕЛЕННЯМ УКРАЇНИ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ РОСЛИННОГО ПОХОДЖЕННЯ: СТАН ТА НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ

НЕСТЕРЧУК Ю.О., Д.Е.Н.,

УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

Постановка проблеми у загальному вигляді. Стратегічним пріоритетом соціального та економічного розвитку будь-якої держави є підвищення рівня її продовольчої безпеки на основі нарощування виробництва продуктів харчування, поліпшення їх якості та збалансованості за поживними елементами, а також доступність кожної людини до продовольчих ресурсів для забезпечення здорового харчування. Для України проблема продовольчої безпеки набуває особливої актуальності. Адже, держава, що здатна забезпечити населенню економічну та продовольчу доступність до продуктів харчування, може проводити незалежну політику.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розв'язання питань споживання продуктів харчування рослинного напрямку населенням України зробили такі вітчизняні вчені: В.І. Бойко, П.П. Борщевський, О.М. Варченко, В.І. Власов, О.І. Гойчук, А.С. Даниленко, В.В. Лагодієнко, П.А. Лайко, А.С. Лисецький, Л.О. Мармуть, Р.П. Мудрак, Б.Й. Пасхавер, І.М. Романюк,

О.В. Скидан, В.Г. Ткаченко, В.М. Трегобчук, П.Т. Саблук, І.І. Червен, О.М. Чечель, О.М. Шпичак, О.В. Шубравська, В.В. Юрчишин та інші дослідники.

Аналіз наукових праць за обраною темою свідчить про те, що питання споживання продуктів харчування населенням рослинного напрямку України ще недостатньо досліджені, а дослідження проблем не можна назвати вичерпаними.

Формулювання цілей статті. Мета дослідження – з'ясувати характер впливу споживання населенням України продуктів харчування рослинного походження, його стан та визначити напрями покращення, окреслити головні переваги та недоліки споживання продуктів харчування рослинного походження в контексті забезпечення внутрішніх продовольчих потреб.

Виклад основного матеріалу дослідження. Головною метою економіки АПК є формування конкуренто-спроможного аграрно-промислового виробництва, спрямованого на вирішення політичних, соціальних, економічних завдань та забезпечення продовольчої безпеки країни. Виходячи з цього визначається рівень виробництва продукції рослинництва, який задовольняв би потреби попиту та забезпечував зростання експортного потенціалу.

Рослинництво – найважливіша галузь сільського господарства, є важливим сектором економіки держави та джерелом прибутків суб'єктів підприємницької діяльності. Збільшення обсягів виробництва продукції рослинництва та покращення її якості є актуальним питанням, особливо за умов, коли світовою тенденцією є зростання вартості продукції сільського господарства та її нестача.

Галузі рослинництва мають важливе значення для виробництва продуктів харчування, вони дають сировину для харчової та легкої промисловості, корми для тваринництва. Розвиток рослинницьких галузей значно впливає на зміцнення економіки підприємства. Галузі рослинництва поділяються на: зернове господарство, садівництво і виноградарство, овочівництво, картоплярство, вирощування технічних культур та кормо виробництво.

В статті ми хочемо дослідити галузь овочівництва, стан та ефективність виробництва овочів, яка кількість овочевої продукції споживається населенням нашої країни та напрями покращення споживання овочів, їх якість.

Формування ефективного розвитку ринку овочів напряму залежить від економічної ситуації в країні. На ємність ринку овочів впливає низка чинників, серед яких доцільно виділити рівень доходів

населення, ціни на свіжі овочі та картоплю, обсяги їх виробництва, питома вага імпорту овочів тощо. Вказане потребує додаткового більш глибокого пророблення та визначення потенційно можливого рівня обсягів виробництва та споживання овочів [1].

Овочівництво – це галузь сільського господарства, що займається вирощуванням овочів. Овочами називають соковиті органи трав'янистих рослин (головки, коренеплоди, цибулини, плоди, бульби, пагони, суцвіття тощо) одно-, дво- та багаторічних культур, які використовують як продукти харчування і сировину для промислової переробки. Залежно від кліматичних умов зони вирощування розрізняють овочівництво відкритого ґрунту (в польових умовах) і закритого (в теплицях, парниках тощо). Нами в подальшому розглядається овочівництво відкритого ґрунту.

Овочеві культури займають особливе місце в продовольчому балансі, забезпечуючи організм людини корисними поживними речовинами, які сприяють нормальному фізіологічному розвитку організму, поліпшують обмін речовин, регулюють діяльність нервової системи і органів травлення, підвищують стійкість організму проти інфекційних захворювань. Овочі є також цінною сировиною для харчової і консервної промисловості.

В табл. 1 розглянемо стан виробництва овочів в Україні. За досліджуваній валовий збір овочів значно зріс – на 38,8 %.

Таблиця 1

**Динаміка посівних площ, урожайності
та валових зборів овочів в Україні***

Показники	Рік							2017 р. у % до 1990 р.
	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2017	
Зібрана площа, тис. га	447,2	489,3	518,6	465,0	462,0	447,1	446,3	99,8
Урожайність, ц/га	149,0	120,2	112,3	157	174	206,1	207,9	139,5
Валовий збір, млн. т.	6,7	5,9	5,8	7,3	8,1	9,2	9,3	138,8

*побудовано за даними www.ukrstat.gov.ua

Рівень урожайності також зріс на 39,5 %. Зібрані площі майже не змінилися. Аналіз динаміки посівних площ, урожайності та валових зборів овочевих культур свідчить про поступове відновлення частки даної галузі у сільськогосподарському виробництві України.

Самозабезпеченість регіону розглядають як співвідношення обсягу продовольства, яке виробляється та споживається. При цьому необхідно розглядати як рівень задоволення фактичного рівня споживання в конкретний період, так і можливість задоволення споживання окремих продовольчих товарів на рівні фізіологічної та раціональної норми. При цьому, тенденції в зміні обсягів виробництва основних видів сільськогосподарської продукції, які визначають основу продовольчого забезпечення населення країни, особливо добре проглядаються в розрахунках на 1 особу населення [2].

З аналізу табл. 2 ми можемо зробити висновок, що за досліджуваній період зросло виробництво овочів та картоплі з розрахунку на одну особу, а саме виробництво овочів збільшилося на 13,4 %, а виробництво картоплі – на 27,9 %.

Таблиця 2

**Динаміка виробництва овочів та картоплі
з розрахунку на одну особу, кг***

Продукція	Рік						2017 р. у % до 2007 р.
	2007	2009	2011	2013	2015	2017	
Овочі	176,7	180,8	214,8	216,7	214,6	200,4	113,4
Картопля	407,0	426,2	529,7	488,6	485,4	520,5	127,9

*побудовано за даними www.ukrstat.gov.ua

Це говорить про те, що попит на овочі повністю задовольняє внутрішнє виробництво. Ринок овочів характеризується вираженою сезонністю. При цьому пропозиція продуктів вітчизняного виробництва формується переважно за рахунок господарств населення, частка яких на внутрішньому ринку зростає.

Узагальнюючим показником продовольчого самозабезпечення регіону є споживання продуктів харчування однією особою (домогосподарством) порівняно з нормативними вимогам [3]. Цей показник є точною характеристикою продовольчої ситуації, або рівня продовольчої безпеки. Крім того, показники споживання не знаходяться на одному рівні, а змінюється під впливом різних факторів (виробництво, продуктивність та урожайність, зовнішня торгівля, купівельна спроможність населення тощо). Тому важливим є аналіз та оцінка не лише рівня та міри, а й динаміки споживання, яка характеризує продовольчу безпеку та визначає рівень соціально-економічного розвитку регіону (табл. 3).

Таблиця 3

**Споживання продуктів харчування населенням
Черкаської області (на одну особу за рік, кг)***

<i>Продукти харчування</i>	<i>Норми харчування</i>		<i>Обсяги споживання</i>						<i>2017 р. у % до 2000 р.</i>
	<i>раціональні</i>	<i>мінімальні</i>	<i>2000 р.</i>	<i>2009 р.</i>	<i>2011 р.</i>	<i>2013 р.</i>	<i>2015 р.</i>	<i>2017 р.</i>	
Овочі	161	105	147,6	121,2	118,8	112,8	105,6	81,6	55,3
Картопля	124	96	164,7	96,0	94,8	85,2	79,2	72,0	43,7

*побудовано за даними www.ukrstat.gov.ua

Аналіз динаміки споживання основних продуктів харчування показує, що за окремими продуктами (картопля та овочі) різниця в рівнях споживання 2000 та 2017 рр. є істотною. За досліджуваній період ми бачимо, що споживання овочів зменшилося на 44,7 % та картоплі – на 56,3 %. Раціон харчування населення не відповідає вимогам. Якщо порівняти споживання овочів у 2017 р. з мінімальними нормами, то ми бачимо, що населення України навіть цю кількість овочів не споживає. Надто низьким є й значення по споживанню картоплі – це менше половини від потреби.

Такий рівень недоїдання щодо найважливіших структурних інгредієнтів повноцінного харчування – загроза здоров'ю населення.

В країні виробляється значно більше продуктів харчування, ніж споживається [4]. Проте виробництво продуктів харчування не забезпечує повністю потреб населення у продовольстві відповідно до науково – обґрунтованих норм. У достатній кількості виробляються й продукція рослинного походження, проте через низьку купівельну спроможність населення споживання знаходиться на рівні значно нижчому, ніж раціональна норма [5].

Виробництво та споживання овочів в Україні з розрахунку на одну особу розглянемо за допомогою рис. 1.



**Рис. 1. Виробництво та споживання овочів в Україні
з розрахунку на одну особу, кг***

**побудовано за даними www.ukrstat.gov.ua*

Негативна ситуація склалася у виробництві і споживанні овочів за досліджуваній період: споживання цієї продукції складало лише 1/2 та 1/3 від науково-обґрунтованої норми [6]. Різниця між виробництвом та споживанням характеризується також непродуктивним використанням продуктів харчування (на фуражні цілі) та наявність значних втрат.

З даних рис. 2 ми бачимо, що споживання картоплі складало лише 1/4 від науково-обґрунтованої норми. Різниця між виробництвом та споживанням характеризується також непродуктивним використанням продуктів харчування (на фуражні цілі) та наявність значних втрат.

Згідно офіційних статистичних даних за другий квартал 2017 р. одне домогосподарство витратило на продукти харчування 2844,81 грн на місяць, з яких 7,2 % на купівлю овочів та майже 2, 0% на картоплю. Станом на 2017 р. кількість домогосподарств в Україні становить 14986 тис. Середній розмір одного домогосподарства включає 2,58 особи.

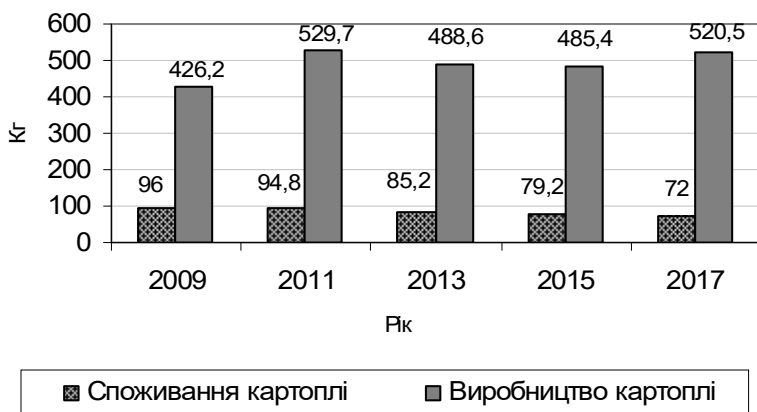


Рис. 2. Виробництво та споживання картоплі в Україні з розрахунку на одну особу, кг*

**побудовано за даними www.ukrstat.gov.ua*

Наведені дані демонструють поступове скорочення споживання населенням овочів та картоплі. Зі скороченням населення країни на 3,5 млн осіб, обсяг споживання овочів зменшилося на 32,7 %, картоплі – на 25,0%. Зниження рівня реальних доходів населення має прямий зв'язок з зростанням сукупних витрат на харчування [7].

У структурі посівів овочевих рослин у відкритому ґрунті в окремих категоріях сільськогосподарських підприємств України на помідори припадає 33,6 %, капусту – 17,4 %, цибулю на ріпку – 14,2 %, інші овочі – 13,7 %. У господарствах населення перевагу віддають помідорам – 17,4 %, капусті – 14,4 %, огіркам – 13,2 %, цибулі на ріпку – 12,6 %. Моркву і буряк столовий у сільськогосподарських підприємствах та господарствах населення вирощують на 6-8 % площі. Розвиток овочівництва у господарствах населення надалі йтиме у напрямі переважного вирощування овочів із групи інших культур на невеликих площах, проте в ширшому асортименті.

На зниження попиту на продукти овочівництва суттєво вплинули зниження реальних доходів населення, скорочення його чисельності, а також зростання платежів за послуги й інші необхідні витрати.

Динаміку цін на овочі та картоплю в Україні на протязі 2009-2017 років розглянемо за допомогою табл. 4.

Таблиця 4

Динаміка цін на овочі та картоплю, грн./кг*

Вид продукції	Рік					2017р. до 2009р. (± кг)
	2009	2011	2013	2015	2017	
Буряк	2,47	2,56	2,95	7,61	6,21	+3,74
Морква	2,81	2,81	3,47	10,19	7,42	+4,61
Цибуля	2,15	2,21	3,91	9,84	6,14	+3,99
Капуста	2,37	1,33	2,38	10,08	5,18	+2,81
Картопля	3,19	1,97	3,3	6,01	5,61	+2,42

*побудовано за даними www.ukrstat.gov.ua

З аналізу таблиці можна зробити висновок, що за період з 2009 р. по 2017 р. ціни на овочеву продукцію значно зросли, а саме: на буряк столовий збільшилася на 3,74 грн, на моркву – на 4,61 грн, на цибулю – на 3,99 грн, на капусту – на 2,81 грн, на картоплю – на 5,61 грн. ціна значною мірою впливає на рівень споживання продукції овочівництва.

У ринковій економіці проблема якості є найважливішим чинником підвищення рівня життя, економічної, соціальної й екологічної безпеки [8].

Якість продукції є складовою і наслідком якості роботи. В умовах сьогодення якість продукції формується під впливом таких важливих чинників: активне прагнення підприємств до оперативного використання досягнень науково-технічного прогресу; ретельне вивчення вимог внутрішнього і міжнародного ринків, а також потреб різноманітних категорій споживачів; інтенсивне використання творчого потенціалу персоналу через навчання, виховання, систематичне підвищення кваліфікації, різноманітну мотивацію матеріального та морального характеру.

Рівень якості овочів є серйозним питанням майже для всіх споживачів в Україні. На цей час виробники виготовляють та постачають продукцію, яка не може відповідати вимогам споживачів. Однак за відсутності високоякісної продукції у великій кількості вони змушені купувати менш якісну та менш привабливу продукцію. Постачання низькоякісної продукції частково пов'язане з відсутністю належного обладнання для сортування, миття та пакування овочів, частково – з відсутністю достатньої інформації та низькою обізнаністю виробників щодо стандартів якості.

Окрім застосування стандартів, які не змінювалися протягом останніх років в Україні, майже не передбачається контроль якості

овочів, які реалізуються на ринку свіжої продукції (наприклад, у супермаркетах чи на базарах). У Європейському Союзі контроль на ринку стосовно відповідності овочевої продукції стандартам якості здійснюється або органом влади або контрольною організацією, яка фінансується за рахунок виробників.

На український ринок потрапляє все більш і більш приваблива імпортна продукція, яка добре калібрована та упакована. Оскільки швидко зростаючі роздрібні мережі не можуть купувати якісну продукцію у місцевих виробників, вони дедалі частіше звертаються до продукції з-за кордону (солодкий перець – з Нідерландів, кавуни – з Іспанії).

Соціальна стабільність у суспільстві значною мірою визначається достатнім обсягом і раціональною структурою продовольчих ресурсів. Таким чином, формування і раціональне використання продовольчих ресурсів належить до найважливіших та найвпливовіших умов гарантування продовольчої безпеки країни.

Висновки: 1) овочеві культури займають особливе місце в продовольчому балансі, забезпечуючи організм людини корисними поживними речовинами; 2) значно зросло виробництво овочів – на 38,8 %, рівень урожайності також зріс на 39,5 %; 3) зросло виробництво овочів та картоплі з розрахунку на одну особу, а саме виробництво овочів збільшилося на 13,4 %, а виробництво картоплі – на 27,9 %, тобто попит на овочі повністю задовольняє внутрішнє виробництво; 4) споживання овочів зменшилося на 44,7 % та картоплі – на 56,3 %. Раціон харчування населення не відповідає вимогам. Якщо порівняти споживання овочів у 2017 р. з мінімальними нормами, то ми бачимо, що населення України навіть цю кількість овочів не споживає, надто низьким є й значення по споживанню картоплі – це менше половини від потреби; 5) за період з 2009 р. по 2017 р. ціни на овочеву продукцію значно зросли, а саме: на буряк столовий збільшилася на 3,74 грн, на моркву – на 4,61 грн, на цибулю – на 3,99 грн, на капусту – на 2,81 грн, на картоплю – на 5,61 грн. ціна значною мірою впливає на рівень споживання продукції овочівництва; 6) у ринковій економіці проблема якості є найважливішим чинником підвищення рівня життя, економічної, соціальної й екологічної безпеки; 7) рівень забезпечення продуктами харчування залежить не лише від рівня виробництва сільськогосподарської сировини, а й від рівня розвитку переробної ланки продовольчого комплексу, виробничої інфраструктури, їх збалансованості; 8) в країні надалі увага повинна бути зосереджена на: забезпеченні ефективного функціонування сільськогосподарської та

переробної галузі, на основі виробництва конкурентоспроможної продукції; запровадженні відповідної системи оцінки та контролю якості продукції; широкому використанні енергозберігаючих технологій у сільському господарстві; оптимізації площ посіву овочевих культур.

Література.

1. **Домбровська С.С.** Аналіз підходів до визначення сутності та цілей організаційно-економічного механізму суб'єктів підприємництва на ринку плодовоовочевої продукції України. *Економіка та управління підприємствами, регіонами і країнами в умовах ризиків*: Матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 27-28 листоп. 2014 р., м. Чернівці. Дніпропетровськ, 2014. С. 44-47.

2. **Жмайлов В.М.** Продовольчий ринок: сучасний стан та перспективи розвитку. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. 2013. Т. 2. С. 161-164.

3. **Логоша Р.В.** Трансформації ринку овочів в Україні. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2016. № 3. С. 55-66.

4. **Пугачов В.М.** Економічний механізм забезпечення продовольчої безпеки в умовах міжнародної інтеграції України: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством». Київ: НУХТ, 2015. 23 с.

5. Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення: Постанова Кабінету міністрів України від 11 жовтня 2016 р. № 780. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/780-2016-%D0%BF/page>.

6. Динаміка цін (тарифів) на споживчому ринку. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/ct/mon_c/mon_c.htm.

7. Оперативна інформація про рівень середньозважених цін на основні види сільськогосподарської продукції та продукти її переробки. МінАПП. URL: <http://agro.ua.net/news/>.

8. **Лагодієнко В.В.** Продовольча безпека Причорноморського регіону: стан, тенденції, перспективи. *Economic and Food Security of Ukraine*, 2019, no. 6(3-4), С. 16-25. URL: <https://doi.org/10.15673/efs.v6i3-4.1282>

References.

1. **Dombrovska S.S.** (2014). Analiz pidkhodiv do vyznachennia sutnosti ta tsilei orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu subiektyv pidpryiemnytstva na rynku plodoovochevoi produktsii Ukrainy [Analysis of approaches to determining the nature and goals of the organizational and economic mechanism of business entities in the market of fruit and vegetable products of Ukraine]. *Economics and Management of Enterprises, Regions and Countries in Risk*: Materials mizhnar. nauk.-prakt. conf., (27-28 lystop. 2014 r.) – Materials International. Research Practice Conf., (November 27-28. 2014). Chernihiv. Dnipropetrovsk, pp. 44-47 [in Ukrainian].

2. **Zhmailov V.M.** (2013). Prodovolchyi rynok: suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku [Food market: current state and prospects]. *Naukovi pratsi Poltavskoi derzhavnoi ahrarynoi akademii – Scientific works of Poltava State Agrarian Academy*, Vol. 2, pp. 161-164 [in Ukrainian].

3. **Lohosha R.V.** (2016). Transformatsii rynku ovochiv v Ukraini [Transformations of the vegetable market in Ukraine]. *Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktualni pyannia nauky i praktyky – Economy. Finances. Management: topical issues of science and practice*, no. 3, pp. 55-66 [in Ukrainian].

4. **Puhachov V.M.** (2015). Ekonomichnyi mekhanizm zabezpechennia prodovolchoi bezpeky v umovakh mizhnarodnoi intehtatsii Ukrainy [The economic mechanism of food security in the conditions of international integration of Ukraine]. *Abstract of the dissertation for a scientific degree of Candidate of Economic Sciences*. Kyiv: NUKhT, p. 23 [in Ukrainian].

5. Pro zatverdzhennia naboriv produktiv kharchuvannia, naboriv neprodovolchykh tovariv ta naboriv posluh dlia osnovnykh sotsialnykh i demohrafichnykh hrup naselennia: Postanova Kabinetu ministriv Ukrainy vid 11 zhovtnia 2016 r. № 780 [n Approval of Food Sets, Sets of Non-Food Products and Sets of Services for the Major Social and Demographic Groups: Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine of October 11, 2016 No. 780]. *zakon2.rada.gov.ua*. Retrieved from: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/780-2016-%D0%BF/page> [in Ukrainian].

6. Dynamika tsin (taryfiv) na spozhyvchomu rynku [Dynamics of prices (tariffs) in the consumer market]. *www.ukrstat.gov.ua*. Retrieved from: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/ct/mon_c/mon_c.htm [in Ukrainian].

7. Operatyvna informatsiia pro riven serednozvazhenykh tsin na osnovni vydy silskohospodarskoi produktsii ta produkty yii pererobky. MinAPP [On-line information on the level of weighted average prices for basic agricultural products and products of their processing. MinApp]. *agroua.net*. Retrieved from: <http://news/> [in Ukrainian].

8. **Lagodiienko V.V.** (2019). Food security of the Black Sea region: status, trends, prospects [Food security of the Black Sea region: status, trends, prospects]. *Economic and Food Security of Ukraine*, no. 6(3-4), pp. 16-25. Retrieved from: <https://doi.org/10.15673/efs.v6i3-4.1282> [in Ukrainian].

Анотація.

Нестерчук Ю.А. Споживання населенням України продуктів харчування рослинного походження: стан і напрямки поліпшення.

Стратегічним пріоритетом соціального та економічного розвитку будь-якої держави є підвищення рівня її продовольчої безпеки на основі напроцудування виробництва продуктів харчування, поліпшення їх якості та збалансованості за поживними елементами, а також доступність кожної людини до продовольчих ресурсам для забезпечення здорового харчування. Для України проблема продовольчої безпеки набуває особливої актуальності. Держава здатна забезпечити населенню економічну і продовольчу доступність до продуктів харчування, може проводити незалежну політику.

Формування ефективного розвитку ринку овочів на пряму залежить від економічної ситуації в країні. На місткість ринку овочів впливає ряд факторів, серед яких доцільно виділити рівень доходів населення, ціни на свіжі овочі і картопля, обсяги їх виробництва, питома вага імпорту овочів тощо. Зазначене вимагає додаткової більш глибокого опрацювання і визначення потенційно можливого рівня обсягів виробництва і споживання овочів.

Ключові слова: виробництво, споживання, продовольча безпека, домогосподарство, попит, пропозиція, рослинництво, овочівництво, ціни.

Аннотация.

Нестерчук Ю.А. Потребление населением Украины продуктов питания растительного происхождения: состояние и направления улучшения.

Стратегическим приоритетом социального и экономического развития любого государства является повышение уровня ее продовольственной безопасности на основе наращивания производства продуктов питания, улучшения их качества и сбалансированности по питательным элементам, а также доступность каждого человека к продовольственным ресурсам для обеспечения здорового питания. Для Украины проблема продовольственной безопасности приобретает особую актуальность. Государство способно обеспечить населению экономическую и продовольственную доступность к продуктам питания, может проводить независимую политику.

Формирование эффективного развития рынка овощей на прямую зависит от экономической ситуации в стране. На емкость рынка овощей влияет ряд факторов, среди которых целесообразно выделить уровень доходов населения, цены на свежие овощи и картофель, объемы их производства, удельный вес импорта овощей и тому подобное. Указанное требует дополнительной более глубокой проработки и определения потенциально возможного уровня объемов производства и потребления овощей.

Ключевые слова: производство, потребление, продовольственная безопасность, домохозяйство, спрос, предложение, растениеводство, овощеводство, цены.

Abstract.

Nesterchuk Yu.O. Consumption of food products of plant origin by the population of Ukraine: state and directions of improvement.

The strategic priority of social and economic development of any state is to increase the level of its food security by increasing food production, improving their quality and balance of nutrients, as well as the availability of food resources for everyone to ensure a healthy diet. For Ukraine, the problem of food security is particularly relevant. After all, the state is able to provide the population with economic and food access to food, can conduct an independent policy.

The formation of effective development of the vegetable market directly depends on the economic situation in the country. The capacity of the vegetable market is affected by a number of factors, among which it is advisable to highlight the level of income of the population, the prices of fresh vegetables and potatoes, their production volumes, the share of imports of vegetables, and so on. This requires additional more in-depth study and determination of the potential level of production and consumption of vegetables.

Key words: production, consumption, food security, household, demand, supply, crop, vegetable growing, prices.

ЯКІСТЬ ПОСЛУГ ЯК ІНДИКАТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТРАНСПОРТНОЇ ГАЛУЗІ РЕГІОНУ

***ОМЕЛЬЧУК К.С., ЕКОНОМІСТ ВІДДІЛУ ЕКОНОМІКИ
ОДЕСЬКОЇ ФІЛІЇ АДМІНІСТРАЦІЇ ПОРТІВ УКРАЇНИ***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Інтеграція України у міжнародне економічне світове товариство та посилення її транзитних взаємовідносин вимагають модернізації та удосконалення матеріально-технічної бази, покращення та відновлення експлуатаційного та технічного стану об'єктів транспортної галузі, регулярності та надійності транспортних сполучень, збереженості вантажів і безпеки перевезень, зростання швидкості та зменшення вартості доставки, тобто забезпечення підвищення конкурентоспроможності транспортних послуг на ринку. П.Р. Левковець стверджує, що характерною рисою послуги є те, що вона не може існувати поза процесом її виконання і накопичуватися; продаж послуг – це якість самого процесу праці; послуга представляє собою конкурентну споживчу вартість лише на певний час і в певному напрямку, що істотно обмежує можливість її заміни на ринку [5, с. 93].

Конкурентоспроможність є одним з головних маркерів успішної діяльності підприємств транспортної галузі і характеризує можливість та ефективність адаптації підприємств до умов конкурентного середовища. Основним індикатором конкурентоспроможності є показник якості транспортних послуг, який характеризує забезпечення безпеки руху; скорочення термінів доставки вантажів; дотримання регулярності перевезень; забезпечення повного збереження перевезених вантажів; досягнення більш високої економічності перевезень.

У зв'язку з цим, з метою подальшої розробки дієвого механізму системи управління підприємствами, дослідження показника якості конкурентоспроможності транспортної галузі регіону є актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним надбанням теорії конкурентоспроможності є наукові праці зарубіжних і вітчизняних науковців: І. Арнауга, А. Балабанова, З. Васильсової, І. Должанський, М. Портера, В. Шинкаренко, П. Беленького, М. Єрмолова, С. Ярошенко тощо. Питання якості надання транспортних послуг вивчали вчені, а саме: В. Маруніч, М. Блатнов,

І. Спірін, О. Ігнатенко тощо. Проте, невирішеними залишаються питання якості надання транспортних послуг, тобто відсутність методики оцінки якості обслуговування споживачів тощо.

Формулювання цілей статті. Метою статті є розглянути основні фактори та методику визначення показника якості транспортних послуг для підвищення конкурентоспроможності транспортної галузі регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність галузі визначається наявністю технічних, економічних і організаційних умов для створення, виробництва і збуту (з витратами не вище інтернаціональних) продукції високої якості, що задовольняє вимоги конкретних груп споживачів. Матриця конкурентоспроможності включає такі синтезуючі фактори:

- якість (відповідність стандарту);
- ціна;
- екологічність;
- реклама.

Вважається, що найбільш конкурентоспроможним є та послуга, що має оптимальне співвідношення характеристик, за формулою 1:

$$K_M = Y : Ц, \quad (1)$$

де K_M – показник конкурентоспроможності;

Y – показник якості послуги;

$Ц$ – показник ціни послуги.

Що вища різниця між споживчою цінністю послуги для її споживача і ціною, яку він за неї платить, то вищий запас конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність транспортних послуг визначається двома факторами – рівнем собівартості послуг та рівнем їх якості. Основним позитивним результатом конкуренції є стимулювання перевізників, що працюють на ринку перевезень до підвищення якості наданих послуг. Зниження якості транспортних послуг призводить до негативної ситуації на ринку, тому якість послуг значною мірою залежить від рівня конкуренції та дій органів влади на регіональному та загальнодержавному рівні.

Управління системою показників якості транспортного обслуговування включає: рівень дотримання пavidкості або строків доставки вантажів; рівень збереження перевезених вантажів; повнота задоволення попиту на перевезення; рівень регулярності або ритмічності доставки вантажів; рівень комплексності транспортного обслуговування; рівень транспортної забезпеченості території; рівень

транспортної доступності користувачів; рівень безпеки перевезень; рівень екологічності транспортних процесів тощо. [6, с. 169].

Підвищення рівня вимог, які висувають споживачі транспортних послуг в ланцюгах поставок, і зростання конкуренції транспортних операторів сприяли підвищення ролі індикатора якості транспортного обслуговування [7].

Якість – це сукупність властивостей та характеристик послуги, які забезпечують задоволення потреб клієнтів за допомогою головних параметрів, серед яких: період часу від отримання заявки на перевезення до закінчення перевезення вантажу; рівень тарифів та інших витрат на обслуговування; повне виконання замовлення клієнта; переробка вантажів на складі; виконання пакетних та контейнерних перевезень. Якість і вартість транспортного обслуговування визначають положення і ефективність роботи кожного виду транспорту на ринку в умовах конкуренції різних видів транспорту. За критерієм якості здійснюється вибір виду транспорту. Якість перевезень характеризує ступінь суспільної корисності послуг транспорту. Критерієм оцінки ефективності діяльності транспортних підприємств повинно бути поєднання рентабельності галузі (прибутку) з високою якістю транспортного обслуговування. Виділяють п'ять критеріїв якості послуги, а саме:

- надійність (транспортне підприємство виконує свої зобов'язання своєчасно і правильно, інформація є достовірною);
- доброзичливість (прагнення і готовність надати послугу);
- безпека (професіоналізм виконавця послуги);
- взаєморозуміння;
- очевидність (засоби обслуговування, зовнішність персоналу, інструменти або устаткування, які використовуються для того, щоб надати послугу, фізичне втілення послуги та наявність інших клієнтів) [1, с. 35].

Якість послуг, включаючи новизну, технічний рівень, надійність є ключовим чинником утримання позицій на ринку транспортних послуг. Таким чином, тільки постійно підвищуючи якість послуг, додаючи нові, необхідні з урахуванням зміни кон'юнктури ринку властивості й характеристики, забезпечуючи одночасно зниження витрат на її надання, забезпечується одержання максимального прибутку.

Відсутність методики обчислення якості послуг з перевезення вантажу суттєво впливає на систему управління підприємствами транспортної галузі регіону. На забезпечення якості перевезень впливає

ряд негативних чинників:

- низьке фінансування державних програм розвитку транспорту, нівелювання вимог та підходів до утримання доріг;
- недосконалість та незавершеність структурних реформ в галузі перевезень;
- перевантаженість доріг, незадовільна система будівництва та утримання транспортної інфраструктури;
- недостатній обсяг залучення коштів на розвиток транспорту;
- застаріла нормативна база, конвергенція вітчизняного транспортного законодавства до міжнародних вимог [4, с. 135].

Для об'єктивної оцінки якості транспортних послуг використовується два підходи:

- оцінка якості наданої послуги;
- оцінка рівня транспортного обслуговування за допомогою оцінки всього виробничого процесу.

Основним показником якості послуг є коефіцієнт якості K_n , який визначається як відношення величини затрат часу на перевезення при заданих теоретично абсолютно комфортних умовах $T_{\text{пер}}^3$ до фактичних затрат часу на перевезення в реальних умовах $T_{\text{пер}}^{\Phi}$ за формулою 2:

$$K_n = T_{\text{пер}}^3 \div T_{\text{пер}}^{\Phi} \quad (2)$$

Оцінку якості наданих послуг визначають, порівнюючи її з фактичними величинами і характеристиками, і при умові їх співпадіння, якість послуг вважається задовільною.

Основними принципами діяльності транспорту щодо підвищення якості транспортних послуг є:

- робота з підвищення якості обслуговування проводиться комплексно всіма працівниками галузі;
- робота полягає не лише в здійсненні контролю за якістю перевезень, а має удосконалювати елементи транспортного процесу, від яких залежить якість;
- за неякісні перевезення відповідальність несуть працівники, що здійснювали обслуговування.

Досвід зарубіжних країн свідчить, що способом ефективного виконання послуг є їх сертифікація. Вантажовідправники та вантажоодержувачі зацікавлені в наданні їм інформації про якість послуг, які можна отримати на основі даних про сертифікацію. Сьогодні існує багато відомчих, галузевих систем сертифікації транспортних послуг, які з одного боку створюють високопрофесійне середовище спеціалістів-експертів, а з іншого не повністю відповідають вимогам сертифікації, зокрема, незалежності.

Отже, в умовах сьогодення актуальним питанням є розробка системи показників якості транспортних послуг, які надаються підприємствами транспортної галузі. Узагальнюючи науковий арсенал методичних основ визначення якості та собівартості транспортних послуг, пропонуємо систематизувати їх за визначеною системою (рис. 1).

В свою чергу, група тимчасових показників якості транспортних послуг характеризує здатність оператора відповідати вимогам, пов'язаним з тимчасовими аспектами транспортного обслуговування і включає:

- швидкість доставки вантажу;
- час подачі транспортних засобів під навантаження;
- час доставки кінцевому споживачу;
- частота відправлень.



Рис. 1. Система показників якості транспортних послуг*

**розроблено автором*

Під надійністю розуміється здатність транспортної системи забезпечувати заявлені характеристики функціонування. Надійність може оцінюватися такими показниками: своєчасність доставки вантажу; збереження вантажу.

Під гнучкістю сервісу мається на увазі здатність транспортної системи пристосовуватися до зміни умов обслуговування. Показники гнучкості в найменшій мірі піддаються вимірюванню, проте якісно можна досить надійно оцінити особливості обслуговування, характерні для того чи іншого транспортного оператора, зокрема:

- прискорення або затримка доставки на прохання клієнта;
- переадресація вантажу;
- надання додаткових провізних можливостей понад заздалегідь погодженого обсягу;
- доставка при непередбаченій зміні умов транспортування.

Політична багатовекторність та євроінтеграційні процеси впливають на розвиток транспортної галузі регіону через індикатор якості послуг, що висуває завдання формування системи оцінки показника в транспортно-технологічній сфері.

Висновки. Ефективність функціонування підприємств транспортної галузі регіону направлена на підвищення її конкурентоспроможності в сучасних умовах. Основним показником конкурентоспроможності транспортного обслуговування є індикатор якості послуг. Запропонована система показників якості транспортних послуг спрямована на виявлення відповідності між сприйняттям якості вантажовідправниками та вантажотримувачами. Це дозволить об'єктивно оцінити процес обслуговування споживачів транспортних послуг та якість як його основний результат. Якість дозволяє транспортному підприємству зменшити собівартість послуг через мінімізацію втрат, та збільшити дохід через підвищення привабливості якісної послуги для споживачів, що приводить до збільшення їх кількості. Подальші дослідження в сфері визначення показника якості транспортних послуг слід сконцентрувати на вивченні параметральних принципів якості транспортних послуг згідно з вимогами стандартів і нормативних актів, а також вимогам міжнародних договорів і угод.

Література.

1. **Головатчик Н.А., Каширець Н.М.** Оцінка якості транспортних послуг. *Вісник національного університету водного господарства та природокористування*. 2017. Вип. 1(7). С. 33-36.
2. **Єрмак О.М., Пустовіт В.І.** Щодо визначення якості пасажирських перевезень. *Наукові нотатки*. 2014. Вип. 46. С. 170-176.
3. **Ільчук В.П.** Комплексний аналіз транспортної мережі міста: системно-аналітичний підхід: монографія. Чернівці: ЦНТІ, 2014. 869 с.
4. **Криворучко О.М.** Менеджмент якості на підприємствах автомобільного транспорту: теорія, методологія і практика: монографія. Харків: ХНАДУ, 2006. 404 с.

5. **Левковець П.Р., Маруніч В.С.** Міжнародні перевезення і транспортне право: навчальний посібник. К., 2004. 280 с.

6. **Широкова О.М.** Якість транспортного обслуговування в умовах структурних перетворень галузі. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2012. № 37. С. 169-172.

7. **Лагодієнко В.В., Корнієцький А.В.** Понятіє сущности и функций управления в логистических системах. *Балтийский гуманитарный журнал*. 2014. № 4(9). С. 145-147.

References.

1. **Holovatchyk N.A., & Kashyrets N.M.** (2017). Otsinka yakosti transportnykh posluh [Quality assessment of transport services] *Visnyk natsionalnoho universytetu vodnoho hospodarstva ta pryrodokorystuvannya – Bulletin of the National University of Water Management and Environmental Management*, Issue. 1(7), pp. 33-36 [in Ukrainian].

2. **Iermak O.M., & Pustovit V.I.** (2014). Shchodo vyznachennia yakosti pasazhyrskykh perevezhen [On determining the quality of passenger traffic] *Naukovi notatky – Scientific notes*, Issue. 46, pp. 170-176 [in Ukrainian].

3. **Iichuk V.P.** (2014). *Kompleksnyi analiz transportnoi merezhi mista: systemno-analitychnyi pidkhid* [Comprehensive analysis of the city's transport network: a system-analytical approach]. Chernihiv: TsNTI, p. 869 [in Ukrainian].

4. **Kryvoruchko O.M.** (2006). *Menedzhment yakosti na pidpriemstvakh avtomobilnoho transportu: teoriia, metodolohiia i praktyka* [Quality management at road transport enterprises: theory, methodology and practice]. Kharkiv: KhNADU, p. 404 [in Ukrainian].

5. **Levkovets P.R., & Marunych V.S.** (2004). *Mizhnarodni perevezennia i transportne pravo* [International transportation and transport law]. Kyiv, p. 280 [in Ukrainian].

6. **Shyroкова О.М.** (2012). Yakist transportnoho obsluhovuvannia v umovakh strukturnykh peretvoren haluzi [Quality of transport service in the context of structural transformations of the industry] *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti – Bulletin of Economics of Transport and Industry*, no. 37, pp. 169-172 [in Ukrainian].

7. **Lagodiienko V.V., & Kornietsky A.V.** (2014). Ponyatiye sushchnosti i funktsiy upravleniya v logisticheskikh sistemakh [The concept of the essence and functions of management in logistics systems]. *Baltiyskiy gumanitarnyy zhurnal – Baltic Humanitarian Journal*, no. 4(9), p. 145-147 [in Russian].

Анотація.

Омельчук К.С. **Якість послуг як індикатор конкурентоспроможності підприємств транспортної галузі регіону.**

Формування показників якості транспортних послуг, визначення рівня сервісного обслуговування та методи його підвищення відрізняються особливістю методичної складності, яка обумовлена тісним, складним і органічно поєднаним взаємозв'язком між різними зацікавленими сторонами наданих послуг. Індикатор якості транспортних послуг характеризує забезпечення безпеки руху; скорочення термінів доставки вантажів;

дотримання регулярності перевезень; забезпечення повного збереження перевезених вантажів; досягнення більш високої економічності перевезень.

У статті розглянуто та систематизовано принципи, критерії якості транспортних послуг, які забезпечують точність визначення цього показника. Запропоновано систему показників якості транспортних послуг, яка спрямована на узгодження інтересів транспортних підприємств та споживачів і сприяє розробці заходів підвищення конкурентоспроможності транспортної галузі регіону.

Ключові слова: *якість; послуги; транспортна галузь; регіон; конкурентоспроможність.*

Аннотация.

Омельчук К.С. Качество услуг как индикатор конкурентоспособности предприятий транспортной отрасли региона.

Формирование показателей качества транспортных услуг, определение уровня сервисного обслуживания и методы его повышения отличаются особенностью методической сложности, которая обусловлена тесным, сложным и органично совмещенным взаимосвязью между различными заинтересованными сторонами предоставляемых услуг. Индикатор качества транспортных услуг характеризует обеспечения безопасности движения; сокращение сроков доставки грузов; соблюдение регулярности перевозок; обеспечения полной сохранности перевозимых грузов; достижения более высокой экономичности перевозок.

В статье рассмотрены и систематизированы принципы, критерии качества транспортных услуг, обеспечивающих точность определения этого показателя. Предложена система показателей качества транспортных услуг, которая направлена на согласование интересов транспортных предприятий и потребителей и способствует разработке мер повышения конкурентоспособности транспортной отрасли региона.

Ключевые слова: *качество; услуги; транспортная отрасль; регион; конкурентоспособность.*

Abstract.

Omel'chuk K.S. Quality of services as an indicator of the competitiveness of transport enterprises in the region.

Formation of indicators of quality of transport services, determination of level of service and methods of its improvement are distinguished by the peculiarity of methodological complexity, which is caused by close, complex and organically connected interconnection between different stakeholders of the provided services. The indicator of quality of transport services characterizes the provision of traffic safety; reduction of delivery times; observance of regularity of transportation; ensuring full storage of the transported cargo; achieving higher cost-effectiveness of transportation.

The article discusses and organizes the principles and criteria of quality of transport services that ensure the accuracy of determining this indicator. The system of indicators of quality of transport services is offered, which is aimed at reconciling the interests of transport enterprises and consumers and contributes to the development of measures to increase the competitiveness of the transport industry of the region.

Key words: *quality; services; transport industry; region; competitiveness.*

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПРОДОВОЛЬЧОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ

***СМОЛІЙ А.В., к.е.н., доцент,
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Нестабільність і непередбачуваність глобалізованої системи міжнародних торговельно-економічних, валютно-фінансових та інших відносин призводить до ускладнення вирішення продовольчої проблеми як на глобальному, так і на національному рівні. Продовольче забезпечення населення – один із найважливіших чинників продовольчої безпеки будь-якої країни, гарантування його належного рівня визначає соціально-економічну стабільність у суспільстві, можливість повноцінного розвитку нації та забезпечення національної безпеки в цілому. В умовах підвищеної взаємозалежності національних економік в результаті поглиблення глобалізаційних процесів вагомим фактором продовольчого забезпечення населення країни є надійність та стійкість доступу до продовольства. Соціально-економічною системою на національному рівні має бути забезпечено постійне постачання населення продуктами харчування у відповідності з існуючими нормами з урахуванням нестабільності кон'юнктури внутрішнього та зовнішнього ринків, гарантуючи безпеку продовольчої продукції та її належну якість.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. На актуальність проблеми продовольчого забезпечення населення вказує наявність численних теоретико-методологічних та прикладних досліджень значної кількості науковців. Формування продовольчої безпеки України в умовах поглиблення інтеграції її економіки у глобальний господарський простір стало предметом наукових досліджень Мудрака Р.П. [1], Лагодієнка В.В. [2], Трегобчука В.М., Лайка П.А. [3]. Відповідно до підходів Пасхавера Б.Й. [4], Гойчука О.І. [5], Федулової І.В. [6], досягнення продовольчої безпеки передбачає реалізацію таких основних напрямків вирішення проблеми: 1) підтримання постачання продовольства на рівні, достатньому для здорового харчування; 2) забезпечення належного рівня платоспроможного попиту населення; 3) усунення залежності від імпорту та захист інтересів вітчизняних товаровиробників. Виникнення

проблеми недостатнього рівня забезпечення продовольством окремі науковці [7; 8] пов'язують з якістю життя та купівельної спроможності населення, вказуючи на визначальну роль державної гарантії фізичної та економічної доступності до життєво важливих якісних та безпечних продуктів харчування відповідно до науково обґрунтованих наборів.

Однак дослідження окремих аспектів системи продовольчого забезпечення населення в умовах глобалізаційних трансформацій не є вичерпними, а деякі з них потребують постійного моніторингу й аналізу.

Формулювання цілей статті. Метою статті є обґрунтування теоретико-методичних положень та розробка практичних рекомендацій щодо формування системи продовольчого забезпечення населення України в умовах посилення глобалізаційних викликів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Система продовольчого забезпечення має ієрархічну структуру, визначаючись на різних рівнях соціально-економічних систем. На глобальному рівні спостерігається нерівномірність у виробництві та споживанні продуктів харчування. Продовольча і сільськогосподарська організація ООН (FAO) здійснює оцінку стану продовольчої безпеки на світовому рівні за двома показниками: розміром перехідних світових запасів зерна до наступного врожаю та рівнем світового виробництва зерна до наступного врожаю. Мінімально допустимим рівнем за першим індикатором вважається показник, що знаходиться на рівні 17 % світового споживання або ж обсяг, достатній для задоволення потреб протягом близько двох місяців. За другим показником задовільний та стабільний стан продовольчої безпеки забезпечується при досягненні виробництва в обсязі 800 кг зерна на душу населення за рік [9].

В національному аспекті продовольча забезпеченість розглядається як один з визначальних чинників економічної безпеки країни. Україна входить до десятки країн (Азербайджан, Боснія і Герцеговина, Бразилія, Хорватія, Киргизстан, Латвія, Монголія, Перу і Венесуела), які найбільше скоротили рівень недоїдання своїх громадян, починаючи з 2000 р. [10]. Однак, незважаючи на потужний природно-ресурсний потенціал для виробництва продуктів харчування, в країні все ще не досягнуто повного забезпечення потреб населення у продовольстві. Найчастіше під рівнем продовольчого забезпечення населення розуміється лише самозабезпеченість сільськогосподарською продукцією, основна увага при цьому спрямовується на збільшення обсягів її виробництва. Разом з тим,

вважаємо, що такий підхід відображає лише один з варіантів гарантування продовольчої безпеки, для характеристики продовольчого забезпечення населення на національному рівні лише такої оцінки недостатньо, тому дослідження формування системи продовольчого забезпечення населення України здійснюватимемо з урахуванням поряд з кількісними показниками і якісних індикаторів.

Найбільш узагальнюючим показником продовольчого забезпечення населення є обсяг та структура споживання продовольчої продукції в розрахунку на одну особу. При цьому інформативним є зіставлення їх з раціональними та мінімальними нормами харчування. Мінімальні норми харчування встановлюються згідно з Постановою КМУ «Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення» [11], раціональні визначаються МОЗ України [12]. Статистичні дані свідчать, що близьким до раціональної норми є споживання таких видів продукції, як хліб та хлібопродукти, овочі та картопля. За іншими позиціями спостерігається недостатність споживання (табл. 1).

Особливе занепокоєння викликає незадовільний рівень споживання (нижчий навіть за мінімально допустимі норми) таких продуктів харчування, як риба та рибопродукти, молоко та молочні продукти, плоди та ягоди.

Слід зазначити, що споживання продовольства в обсягах, що є нижчими за встановлені раціональні норми, призводить до зниження фізичної та розумової активності людини, може спричиняти погіршення здоров'я та викликати аліментарно-залежні захворювання [14].

Зазначені обставини призводять до погіршення характеристик рівня людського розвитку, що становить значну загрозу національній безпеці країни. Порівнюючи середньорічний рівень споживання основних продуктів харчування в Україні з країнами ЄС, слід зазначити, що жителі останніх споживають продукти харчування в обсягах, які є більш наближені до рекомендованих норм, ніж в Україні. Зокрема, середньостатистичний житель країн Європейського Союзу в порівнянні з середньостатистичним українцем споживає в 2,4 рази більше плодоовочевих продуктів, в 1,9 рази більше м'яса та м'ясопродуктів, в 1,5 рази – риби та рибопродуктів, в 1,4 рази – молока та молочних продуктів. Проте значно менше вони споживають хлібних продуктів та картоплі [15].

Таблиця 1

**Динаміка фактичного споживання продуктів харчування
населенням України в розрахунку на одну особу
на рік, кг та його достатності, %***

Види продукції	Мінімальна норма споживання	Рациональна норма споживання	Фактичне споживання, кг на одну особу			Достатність споживання, % до раціональної норми			Характеристика індикатора
			2016 р.	2017 р.	2018 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	
Хліб і хлібопродукти	94	101	101	100,8	99,5	100,0	99,8	98,5	незадовільний
М'ясо і м'ясопродукти	52	80	51,4	51,7	52,8	64,3	64,6	66,0	незадовільний
Молоко і молочні продукти	341	380	209,5	200	197,7	55,1	52,6	52,0	незадовільний
Риба та рибопродукти	12	20	9,6	10,8	11,8	48,0	54,0	59,0	незадовільний
Яйця (шт.)	231	290	267	273	275	92,1	94,1	94,8	незадовільний
Овочі та продовольчі баптанні	105	161	163,7	159,7	163,9	101,7	99,2	101,8	достатній
Плоди, ягоди та виноград	68	90	49,7	52,8	57,8	55,2	58,7	64,2	незадовільний
Картопля	96	124	139,8	143,4	139,4	112,7	115,6	112,4	достатній
Цукор	32	38	33,3	30,4	29,8	87,6	80,0	78,4	незадовільний
Олія рослинна	8	13	11,7	11,7	11,9	90,0	90,0	91,5	незадовільний

*Джерело: [11, 12, 13]

Одним з порогових критеріїв оцінки продовольчого забезпечення, що використовуються у міжнародній статистиці, є енергетична цінність добового душового раціону харчування, рівень якого має становити не нижче 2500 ккал. За даними Державної служби статистики, калорійність раціону українців перевищує цей рівень (рис. 1).

Незважаючи на тенденцію до зниження енергетичної цінності середньодобового споживання, калорійність раціону українців у 2018 р. все ще залишалась на 8,2 % вищою за гранично допустимий рівень.

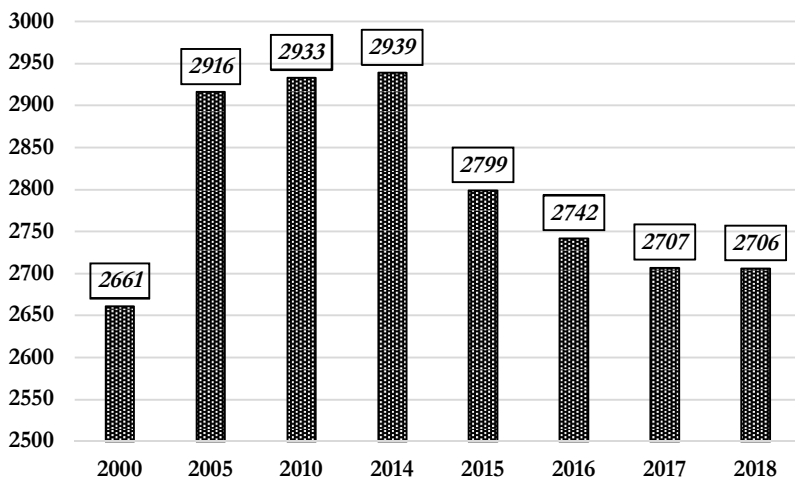


Рис. 1. Енергетична цінність середньодобового споживання продуктів харчування населенням України в розрахунку на одну особу в 2000-2018 рр., ккал*

*Джерело: побудовано автором за даними [13]

Однак основною причиною таких відхилень є не фізична відсутність продуктів харчування, а обмежена доступність їх через економічні причини. Економічна доступність продуктів характеризується часткою середньомісячних витрат домогосподарств на харчування, граничним критерієм для цього показника є 60 % (рис. 2).



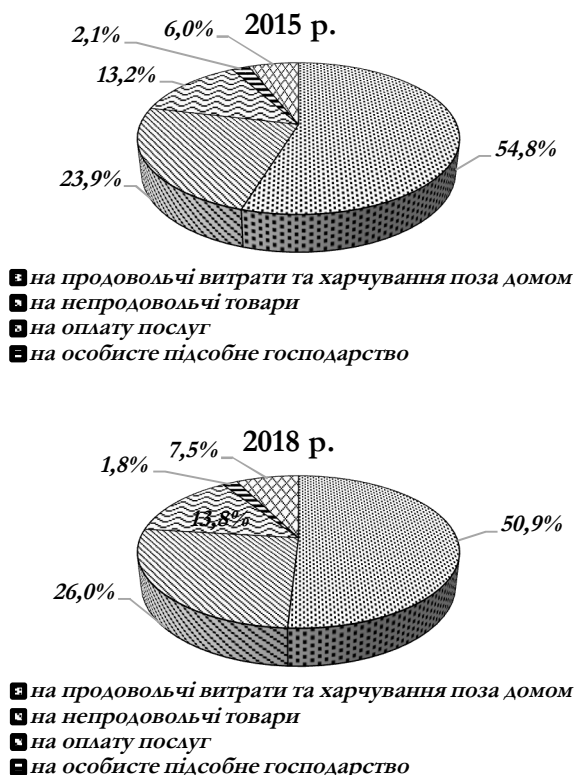


Рис. 2. Структура грошових витрат домогосподарств України*

** Джерело: побудовано автором за даними [14]*

Динаміка частки витрат на продовольство свідчить про покращення економічної доступності до продуктів харчування, у 2018 р. індикатор доступності становив 50,9 % та зменшився на 3,6 відсоткових пункти порівняно з 2010 р. та на 4,9 відсоткових пункти – з 2015 р. Однак остаточний висновок про рівень доступності населення до продовольства дозволяє зробити характеристика купівельної спроможності в розрахунку на 1 ккал, що визначається як відношення кількості ккал енергії добового раціону харчування до частки витрат на харчування в загальному обсязі сукупних витрат. На рис. 3 продемонстровано зміни в доступності харчування за 2010-2018 рр.

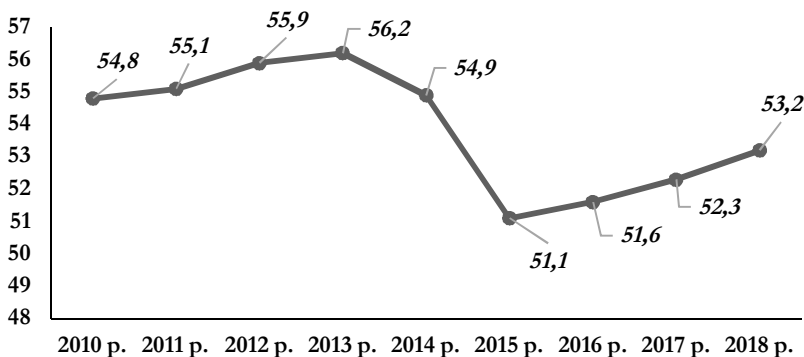


Рис. 3. Кількість ккал, що припадає на 1 % витрат на харчування населення в загальному обсязі витрат домогосподарств України*

**Джерело: побудовано автором за даними [13, 14]*

Динаміка аналізованого показника продовольчої доступності показує, що у 2018 році не вдалось досягти його рівня 2010 р. Так, якщо в 2010 р. на 1 % витрат на харчування в бюджеті домогосподарств припадало 54,8 ккал, то в 2018 р – 53,2 ккал. Це зумовлено різким зниженням значення індикатора у 2015 р. до 51,1 ккал, ймовірно, викликаного падінням купівельної спроможності населення через кризові явища внаслідок військово-політичної ситуації в Україні. Для порівняння, у США за добової енергетичної цінності споживаного продовольства у 3800 ккал та частки витрат на продовольство 14,1 % значення показника становило 270 ккал у розрахунку на 1 %, або в п'ять разів більше порівняно з українськими домогосподарствами [16].

Незважаючи на те, що частка споживчих продовольчих витрат в структурі загальних витрат українців зменшується, вона залишається високою порівняно з показником країн ЄС та пострадянського простору – середній показник ЄС–28 щодо частки витрат на харчування впродовж останніх двох десятиліть знаходиться у межах 12,0-12,5 % від рівня загальних споживчих витрат [17]. Головним чином такий стан зумовлюється низьким рівнем доходів населення, що підтверджується наявністю тісного оберненого кореляційного зв'язку (коефіцієнт кореляції – 0,89) між доходами домогосподарств у різних країнах та часткою їх витрат на продовольство (рис. 4).

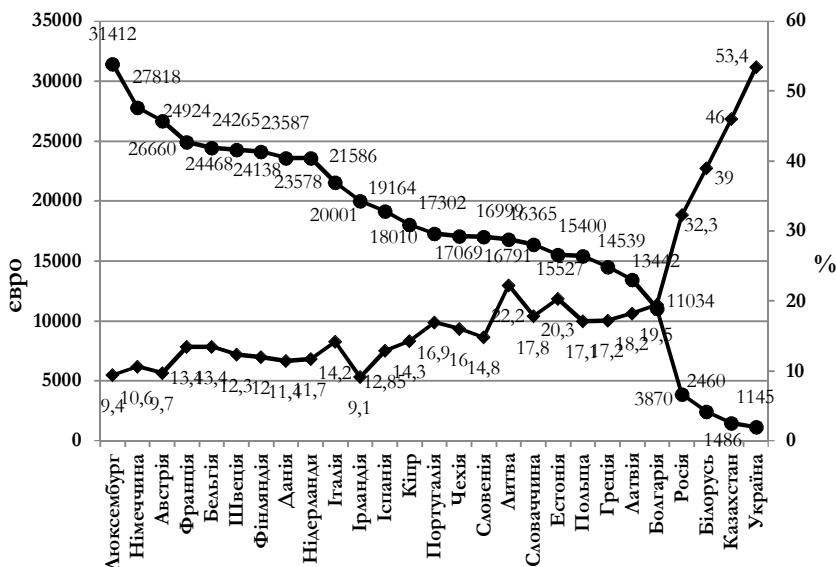


Рис. 4. Взаємозв'язок між рівнем доходів домогосподарств та часткою споживчих витрат на продовольство в окремих європейських країнах, 2018 р.*

**Джерело: офіційні сайти статистичних органів відповідних країн*

Низький рівень доходів та незбалансована структура споживання продовольчої продукції спричиняють скорочення пропозиції вітчизняних продовольчих товарів, які замінюються на ринку продуктами іноземного виробництва. Лібералізація міжнародної торгівлі в умовах поглиблення глобалізаційних процесів сприяє збільшенню імпортозалежності країни в сфері продовольчого забезпечення. Значення індикатора продовольчої незалежності, що визначається як співвідношення між обсягом імпорту у натуральному виразі та ємністю його внутрішнього ринку, за більшістю видів продуктів харчування в Україні не перевищує пороговий рівень, встановлений за офіційно затвердженою методикою на рівні 30 %. Однак, населення України має недостатній рівень забезпечення такими важливим для повноцінного раціону продуктами, як риба і рибопродукти, плоди і ягоди, олії рослинного походження (рис. 5).

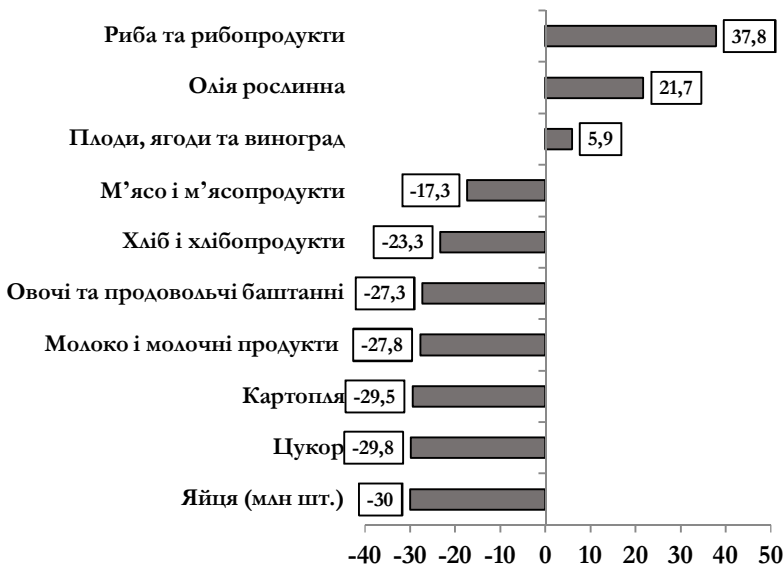


Рис. 5. Відхилення від порогового значення показника продовольчої незалежності за окремими продуктами харчування в Україні у 2018 р., відсоткових пункти*

**Джерело: розраховано та побудовано автором за даними [13].*

Поряд із параметрами фізичної та економічної доступності населення до продовольства основною проблемою залишаються його низькі якісні характеристики. Значною мірою це стосується імпортованої продукції, що часто є неякісною, фальсифікованою та небезпечною для здоров'я. З метою подолання цієї проблеми Світовим банком в Україні запроваджено декілька проєктів щодо створення сучасної системи контролю за безпечністю та якістю продукції, ринкового нагляду, адаптованих до вимог СОТ і ЄС, однак відчутних результатів реалізації цих проєктів ще не отримано.

Формування системи продовольчого забезпечення населення України та усунення існуючих у ній дисбалансів вимагає вироблення цілеспрямованої політики подолання кількісного та якісного недоїдання, яка торкається, за деякими оцінками, 60% населення нашої країни [18]. В рамках міжнародних угод, до яких приєдналась Україна, задекларовані зобов'язання за пріоритетами подолання бідності і гарантування продовольчої безпеки, в країні виробляється достатня

кількість продовольства для забезпечення внутрішніх потреб та збільшення експорту. Водночас, як показали результати проведеного аналізу, у сфері продовольчого забезпечення населення існують значні проблеми, які, при цьому, не включені до переліку пріоритетних при формуванні урядової політики та провадженні міжнародної співпраці.

Розбалансованість та недосконалість вітчизняної політики у сфері продовольчого забезпечення населення значною мірою зумовлені гальмуванням в запровадженні європейських норм та науковообґрунтованих підходів до визначення продовольчих потреб населення, відсутність належної співпраці зі Світовим продовольчим фондом та належного державного контролю за якістю та безпечністю продуктів харчування, нездатністю забезпечити зменшення рівня бідності.

Подолання зазначених проблем можна досягти шляхом здійснення цільової, прозорої та ефективної продовольчої політики, що потребує розробки та впровадження масштабних програм на регіональному та національному рівнях. У проєкті Єдиної комплексної стратегії та плану дій з розвитку сільського господарства та сільських територій України на 2015-2020 роки, яка зосереджена на підвищенні фізичної та економічної доступності продовольчих товарів та їхніх цінах шляхом регулювання торгівлі, ринкових інтервенцій та цін, підкреслено необхідність змінити політику продовольчої безпеки відповідно до міжнародного досвіду. До пріоритетних заходів віднесено впровадження програм продовольчої допомоги для незабезпечених верств населення, що передбачає ініціювання запровадження системи адресної допомоги на продовольство для найуразливіших верств населення, а також оцінку бюджетних та адміністративних вимог до підготовки і втілення цих програм з урахуванням регіональної специфіки та можливостей міжнародної співпраці. Втілення подібних програм вимагає розробки законодавчо-нормативної бази з питань вирішення проблеми продовольчого забезпечення населення, узгодженої з вимогами СОТ, Угоди про асоціацію з ЄС та інших міжнародних домовленостей.

Висновки. Загалом задоволення потреб населення України у продовольстві є задовільним, однак за окремими якісними та кількісними характеристиками продовольче забезпечення поступається рівню розвинених країн світу. Насамперед це стосується незадовільного рівня споживання багатьох продуктів харчування, зокрема таких, де він нижчий навіть за мінімально допустимі норми – риба та рибопродукти, молоко та молочні продукти, плоди та ягоди; незбалансованої

структури споживання; високої частки витрат на продовольство в структурі споживчих витрат населення; перевищення допустимих показників продовольчої незалежності за окремими видами продуктів харчування. Також значною проблемою залишаються неналежні якісні характеристики продовольства. З метою зниження негативного впливу зовнішніх викликів на рівень продовольчої безпеки доцільно більш активно задіяти механізми державного протекціонізму на всіх рівнях формування системи продовольчого забезпечення – в аграрному виробництві, харчовій і переробній промисловості, сфері забезпечення доступності продуктів харчування для населення. Зазначена політика має бути спрямована на стимулювання виробництва вітчизняної сільськогосподарської продукції та підвищення рівня самозабезпечення продуктами харчування, реалізацію стратегії розвитку галузі, спрямованої на експорт та імпортозаміщення продовольства, забезпечення підвищення рівня купівельної спроможності населення України. Подальші наукові розробки та дослідження будуть спрямовані на розробку конкретних механізмів та інструментів регулювання системи продовольчого забезпечення населення в умовах глобалізації.

Література.

1. **Мудрак Р.П.** Національна продовольча безпека в умовах відкритої економіки: суть проблеми та способи її вирішення: монографія. Умань, 2011. 307 с.
2. **Лагодієнко В.В.** Продовольча безпека Причорноморського регіону: стан, тенденції, перспективи. *Economic and Food Security of Ukraine*. 2019. № 6(3-4). С. 16-25. <https://doi.org/10.15673/efs.v6i3-4.1282>
3. **Лайко П.А., Трегобчук В.М., Бабієнко М.Ф.** Продовольча безпека в Україні й у світі. *Економіка АПК*. 2004. № 9. С. 8-14.
4. **Пасхавер Б.Й.** Сучасний стан продовольчої безпеки. *Економіка АПК*. 2014. № 4. С. 5-12.
5. **Гойчук О.І.** Продовольча безпека: монографія. Житомир, 2004. 348 с.
6. Збалансування продовольчого ринку в контексті забезпечення продовольчої безпеки: монографія / **Федулова І.В.** та ін. К., 2015. 398 с.
7. **Кошкада І.В., Шелудько А.В.** Економічна доступність населення до якісного і безпечного продовольства. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: економічні науки*. 2018. Вип. 193. С. 25-36.
8. Продовольча безпека країни: стан та перспективи зміцнення: монографія / **Тринько Р.І.** та ін. Л., 2011. 303 с.
9. Статистичні дані FAOSTAT. URL: <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx3>.

5. **Hoichuk O.I.** (2004). *Prodovolcha bezpeka* [Food security]. Zhytomyr, p. 348 [in Ukrainian].

6. **Fedulova I.V.** et al. (2015). *Zbalansuvannia prodovolchoho rynku v konteksti zabezpechennia prodovolchoi bezpeky* [Balancing the food market in the context of food security]. Kyiv, p. 398 [in Ukrainian].

7. **Koshkaldia I.V., & Sheludko L.V.** (2018). Ekonomichna dostupnist naselennia do yakisnoho i bezpechnoho prodovolstva [Economic accessibility of the population to quality and safe food]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalno tekhnichnoho universytetu silskoho hospodarstva imeni Petra Vasylenka – Bulletin of Kharkiv National Technical University of Agriculture named after Peter Vasylenko: economic sciences*, Issue. 193, pp. 25-36 [in Ukrainian].

8. **Trynko R.I.** et al. (2011). *Prodovolcha bezpeka krainy: stan ta perspektyny zhmitsnennia* [Food security of the country: the state and prospects of strengthening]. L'viv, p. 303 [in Ukrainian].

9. Statystychni dani FAOSTAT [FAOSTAT statistics]. faostat.fao.org. Retrieved from: <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx3> [in Ukrainian].

10. Holod – kompleksna problema liudstva [Hunger is a complex problem of humanity]. iac.org.ua. Retrieved from: <http://iac.org.ua/golod-kompleksna-problema-lyudstva/> [in Ukrainian].

11. Pro zatverdzhennia naboriv produktiv kharchuvannia, naboriv neprodovolchykh tovariv ta naboriv posluh dlia osnovnykh sotsialnykh i demografichnykh hrup naselennia: postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 14.04.2000 № 656 [On Approval of Food Sets, Sets of Non-Food Products and Sets of Services for the Major Social and Demographic Groups: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of April 14, 2000 No. 656]. zakon5.rada.gov.ua. Retrieved from: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/656-2000-p> [in Ukrainian].

12. Oriientovnyi nabir osnovnoi prodovolchoi syrovyny i kharchovykh produktiv dlia zabezpechennia u serednomu na dushu naselennia na 2005-2015 roky [Indicative set of basic food raw materials and foodstuffs to provide an average per capita for 2005-2015]. [www.uazakon.com](http://www.uazakon.com/dokumenty/404). Retrieved from: <http://www.uazakon.com/dokumenty/404> [in Ukrainian].

13. *Balansy ta spozhyvannia osnovnykh produktiv kharchuvannia naselenniam Ukrainy. Statystychnyi zbirnyk. Derzhavna sluzhba statystyky* [Balances and consumption of basic foodstuffs by the population of Ukraine. Statistical collection. State Statistics Service]. (2018). p. 59 [in Ukrainian].

14. *Vytraty i resursy domohospodarstv. Statystychnyi zbirnyk. Derzhavna sluzhba statystyky* [costs and resources of households. Statistical collection. State Statistics Service]. (2019). p. 379 [in Ukrainian].

15. Ekonomichni dyskusiyni klub. Analytika [Economic Discussion Club. Analytics]. edclub.com.ua. Retrieved from: <http://edclub.com.ua/analityka/yak-vyglyadaye-struktura-spozhyvchyh-vytrat-u-domogospodarstvakh-ukrayiny-ta-okremyh-krayin> [in Ukrainian].

16. **Berehovi V.K.** (2010). Tsina ta zabezpechennia produktamy kharchuvannia naselennia Ukrainy [Price and supply of food to the population of

Ukraine]. *Naukovyi visnyk Natsionalnogo universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannya Ukrainy – Scientific Bulletin of the National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine*, Issue. 154, pp. 34-42 [in Ukrainian].

17. **Osyova O.I.** (2015). Kontseptualni zasady formuvannya kompleksu ekonomiko-matematychnykh modelei dlia otsiniuvannya rivnia prodovolchoi bezpeky rehioniv Ukrainy [Conceptual bases of formation of complex of economic and mathematical models for estimation of level of food security of regions of Ukraine]. *Efektivna ekonomika – An efficient economy*, no. 7. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4208> 115 [in Ukrainian].

18. **Shcherbyna S.V.** (2018). *Analitичне дослідження стану продовольчої безпеки в Україні у контексті запровадження адресної допомоги у продуктах харчування для малозабезпеченого населення* [An analytical study of the food security situation in Ukraine in the context of targeted food assistance for the needy]. Kyiv, p. 56 [in Ukrainian].

Анотація.

Смолій А.В. Формування системи продовольчого забезпечення населення України в умовах глобалізаційних викликів.

Продовольче забезпечення населення - один з найважливіших факторів продовольчої безпеки країни. Забезпечення його належного рівня визначає соціально-економічну стабільність в суспільстві, можливість повноцінного розвитку нації і забезпечення національної безпеки в цілому. Метою статті є обґрунтування теоретико-методичних положень і розробка практичних рекомендацій щодо формування системи продовольчого забезпечення населення України в умовах посилення глобалізаційних викликів.

Для визначення сутності, змісту і основних принципів формування системи продовольчого забезпечення населення використані методи логічного узагальнення, аналізу, порівняння та синтезу. За результатами використання графоаналітичного методу показані окремі результати оцінки тенденцій процесу забезпечення населення продовольством. Методи стратегічного і структурно-функціонального аналізу використані для обґрунтування напрямків формування державної політики забезпечення продовольчої безпеки.

Зіставлення обсягу і структури споживання продовольчої продукції в розрахунку на одну людину з раціональними і мінімальними нормами харчування дозволило констатувати недостатній рівень споживання більшості видів продовольства. На тлі зниження загальної енергетичної цінності середньодобового споживання, незбалансованої виявилася структура харчування. Обґрунтовано, що головною причиною таких відхилень є не фізична відсутність продуктів харчування, а обмежена доступність їх з економічних причин. Виявлено тісний зворотний кореляційний зв'язок між доходами домогосподарств в різних країнах і частиною їх витрат на продовольство. У порівнянні з країнами ЄС, високою залишається частка витрат домогосподарств на продовольство в загальній структурі споживчих витрат, що обумовлено низьким рівнем купівельної спроможності населення України. Встановлено, що поряд з параметрами фізичної та економічної доступності населення до продовольства, проблемою залишаються його низькі якісні характеристики.

Обґрунтовано, що з метою зниження негативного впливу зовнішніх викликів на рівень продовольчої безпеки доцільно більш активно задіяти механізми державного протекціонізму. Зазначена політика повинна бути спрямована на стимулювання виробництва вітчизняної сільськогосподарської продукції та підвищення рівня самозабезпечення продуктами харчування, реалізацію стратегії розвитку галузі, спрямованої на експорт та імпортозаміщення продовольства, забезпечення підвищення рівня кутівельної спроможності населення України.

Ключові слова: продовольча безпека, продовольче забезпечення населення, глобалізація, продовольча незалежність, економічна доступність продовольства.

Аннотація.

Смолий А.В. Формирование системы продовольственного обеспечения населения Украины в условиях глобализационных вызовов.

Продовольственное обеспечение населения — один из важнейших факторов продовольственной безопасности страны. Обеспечение его надлежащего уровня определяет социально-экономическую стабильность в обществе, возможность полноценного развития нации и обеспечения национальной безопасности в целом. Целью статьи является обоснование теоретико-методических положений и разработка практических рекомендаций по формированию системы продовольственного обеспечения населения Украины в условиях усиления глобализационных вызовов.

Для определения сущности, содержания и основных принципов формирования системы продовольственного обеспечения населения использованы методы логического обобщения, анализа, сравнения и синтеза. По результатам использования графоаналитического метода показаны отдельные результаты оценки тенденций процесса обеспечения населения продовольствием. Методы стратегического и структурно-функционального анализа использованы для обоснования направлений формирования государственной политики обеспечения продовольственной безопасности.

Сопоставление объема и структуры потребления продовольственной продукции в расчете на одного человека с рациональными и минимальными нормами питания позволило констатировать недостаточный уровень потребления большинства видов продовольствия. На фоне снижения общей энергетической ценности среднесуточного потребления, несбалансированной оказалась структура питания. Обосновано, что главной причиной таких отклонений является не физическое отсутствие продуктов питания, а ограниченная доступность их по экономическим причинам. Выявлена тесная обратная корреляционная связь между доходами домохозяйств в разных странах и частью их расходов на продовольствие. По сравнению со странами ЕС, высокой остается доля расходов домохозяйств на продовольствие в общей структуре потребительских расходов, что обусловлено низким уровнем покупательной способности населения Украины. Установлено, что наряду с параметрами физической и экономической доступности населения к продовольствию, проблемой остаются его низкие качественные характеристики.

Обосновано, что с целью снижения негативного влияния внешних вызовов на уровень продовольственной безопасности целесообразно более активно задействовать механизмы

государственного протекционизма. Указанная политика должна быть направлена на стимулирование производства отечественной сельскохозяйственной продукции и повышение уровня самообеспечения продуктами питания, реализацию стратегии развития отрасли, направленной на экспорт и импортозамещение продовольствия, обеспечение повышения уровня покупательной способности населения Украины.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, продовольственное обеспечение населения, глобализация, продовольственная независимость, экономическая доступность продовольствия.

Abstract.

Smoliy L. V. Formation of the food supply system of the population of Ukraine in the context of globalization challenges.

Food supply of the population is one of the most important factors of the food security of the country. Ensuring of its proper level determines the socio-economic stability in the society and ensuring of the national security in general. The purpose of the article is to prove the theoretical and methodological provisions and to develop practical recommendations for the formation of the food supply system of the population of Ukraine in the conditions of the increasing of globalization challenges.

Methods of logical generalization, analysis, comparison and synthesis have been used to determine the essence, content and basic principles of the formation of the food supply system of the population. The certain results of assessing of the trends in the process of providing the population with food, have been specified according to the results of the usage of the graphoanalytical method. The methods of strategic, structural and functional analysis have been used to justify the directions of formation of the state policy of food security.

Comparison of the volume and structure of the food consumption with rational and minimum standards allowed us to state the insufficient level of having of the most types of food. On the background of a decrease in the overall energy value of average daily intake, an unbalanced food consumption structure has been revealed. It is substantiated that the main reason of such deviations is not the physical absence of food, but the limited availability of them due to economic reasons. A close inverse correlation has been found between household income in different countries and the part of their food expenditure. In comparison with the EU countries, the part of household spending on food remains high concerning the total structure of consumer spending, and that is due to the low level of purchasing power of the population of Ukraine. It is found that the low quality of food characteristics remain a problem along with the parameters of physical and economic accessibility of food to population.

It is substantiated that in order to reduce the negative impact of external challenges on the level of food security, it is advisable to use the mechanisms of state protectionism more actively. The mentioned policy should be aimed at stimulating the production of domestic agricultural products and increasing of the level of food self-sustainability, the implementation of the development strategy of the industry, which is aimed at export and import substitution in terms of food, secure increasing in the level of purchasing power of the population of Ukraine.

Key words: food security, food security for the population, globalization, food independence, economic accessibility of food.

ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ АГРОСФЕРИ РЕГІОНУ

*ТУРАЄНКО Н.В., К.Е.Н., ДОКТОРАНТ,
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ЧАЙКОВСЬКА М.А., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»
ЛАГОДІЄНКО В.В., ЗДОБУВАЧ,
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Характерними рисами розвитку економіки України сьогодні є прагнення регіоналізації усіх аспектів економічної діяльності, акцент на значення органів державної влади регіонів та місцевого самоврядування у залученні інвестицій у господарство регіону, у розробці та реалізації інвестиційної політики, у регулюванні інвестиційної діяльності, у встановленні векторів регіонального розвитку.

З метою активізації процесів залучення інвестицій та їх ефективного використання у регіональному господарстві розробляються та реалізуються державні регіональні програми по пріоритетних напрямках соціально-економічного розвитку регіону. Зміст інвестиційної політики кожного регіону, її цілі, завдання, пріоритети та заходи зумовлюються специфікою регіону й формуються під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження аспектів теорії та практики забезпечення стабільності розвитку агросфери, що мають важливе значення для підвищення інвестиційної привабливості агросфери регіону, досліджували як зарубіжні вчені Колеман Д., Фуллер Б., Херстейн Р., Джоргенсон Д., Крелле В., Лернер Д., Метінсон, так і вітчизняні І.О. Бланк, В.П. Горьовий, С.О. Гуткевич, А.А. Задоя, О.В. Захарчук, М.І. Кісіль, М.Ю. Коденська, В.Г. Чабан, В.В. Лагодієнко, І.В. Ліпсіц, І.І. Лукінов, Р.М. Мудрак, П.І. Юхименко, Г.М. Підлісєцький, М.М. Кропивко, П.Т. Саблук, А.М. Ужва та інші. Водночас, питання визначення інструментів

підвищення інвестиційної привабливості агросфери регіону потребують подальшого вивчення.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження інструментів підвищення інвестиційної привабливості агросфери регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. Водночас можна визначити аспекти, притаманні інвестиційній політиці всіх регіонів:

- пріоритетність розвитку стратегічно важливим об'єктам та сферам діяльності для конкретного регіону;

- формування, розвиток та раціональне використання географічного, природно-ресурсного, виробничо-економічного, кадрового й соціально-культурного потенціалів територій;

- подолання диспропорцій у соціально-економічному розвитку всіх адміністративних районів регіону, прагнення до рівномірного розвитку його території.

Можна виділити такі ключові елементи інвестиційної політики регіону:

- регіональна інвестиційна стратегія;
- регіональна інвестиційна програма;
- інструменти управління/регулювання інвестиційної діяльності, серед яких доцільно виокремити: прямі державні капіталовкладення з коштів державного та місцевих бюджетів; непрямі заходи націлені на розвиток інвестиційної інфраструктури та покращення інвестиційного клімату регіону.

Вважаємо, що у першу чергу необхідно формувати регіональну інвестиційну стратегію, спрямовану на підвищення інвестиційної привабливості регіону з оглядом на його господарську спеціалізацію. Стратегія повинна встановити пріоритети соціально-економічного розвитку регіону, що має стати базисом для розробки інвестиційної програми. Інвестиційна програма повинна визначити потреби господарства регіону у капіталовкладеннях та містити комплекс заходів щодо активізації інвестиційної діяльності в регіоні. Інвестиційна політика Одеської області формується під впливом множини факторів зовнішнього й внутрішнього середовища, що розкривають напрямки спеціалізації господарства регіону.

На нашу думку, стратегічне завдання, що постає перед інвестиційною політикою регіону, полягає у створенні механізму залучення, розподілу й використання інвестицій для оптимізації та підтримання цих оптимальних пропорцій розвитку регіональної агросфери.

Найбільш важливими елементами стратегії підвищення інвестиційної привабливості агросфери регіону є цілеспрямована зміна факторів, що визначальним чином впливають на рівень інвестиційної привабливості [1].

Ще однією умовою підвищення інвестиційної привабливості регіональної агросфери є нарощування й якісне удосконалення її кадрового потенціалу. Професійні компетенції керівників і фахівців аграрного виробництва не відповідають вимогам сучасності. Їх віковий склад часто сягає критичного рівня, оскільки молодь не бажає працювати на селі. Відбувається нестача у агросфері кваліфікованих керівних кадрів й працівників масових професій.

Головним фактором удосконалення кадрового потенціалу агросфери є зростання рівня оплати праці. Втім, рівень оплати праці у агросфері залишається критично низьким порівняно із іншими сферами економіки. Рівень оплати праці селян нижче за працівників у промисловості у 2,7-3,9 рази. Окрім того, низький престиж праці на селі зумовлюється організаційним, техніко-технологічним та соціокультурним відставанням цієї сфери. Отже, вкрай необхідно сформувати нові дієві механізми нарощування наукового й кадрового потенціалу агросфери та сільських територій в цілому.

Наукові пошуки мають стати одним з ключових факторів розвитку та пріоритетним вектором державної підтримки агросфери. Інтеграція українських фундаментальних наукових досліджень у аграрній сфері у світовий науковий простір повинна забезпечити інтенсифікацію аграрного виробництва та інноваційний розвиток агросфери.

Значно змінилися вимоги до працівників та попит на трудові ресурси у агросфері. Аграрні підприємства й організації потребують не лише сільськогосподарських працівників, але й у менеджерів, фінансистів, маркетингологів тощо.

Забезпечення агросфери людськими ресурсами вимагає втілення таких заходів:

- якісне удосконалення матеріально-технічної бази закладів освіти й освітньої інфраструктури, формування навчальної бази для набуття студентами практичного досвіду;
- забезпечення сучасним обладнанням й устаткуванням, матеріалами тощо;
- постійне проведення підвищення кваліфікації викладацького складу профільних закладів освіти;

- постійний перегляд й удосконалення професійних стандартів для фахівців агросфери;
- розвиток НДДКР у закладах освіти;
- формування інтегрованих закладів освіти аграрного профілю, які матимуть змогу реалізувати освітні програми різних рівнів;
- постійний моніторинг й контроль кадрового забезпечення агросфери;
- формування нормативно-правової бази для залучення молодих фахівців у аграрну сферу, закріпленню кадрів у аграрному виробництві [2, 3].

Виробничий фактор є ще одним важливим фактором інвестиційної привабливості регіональної агросфери.

В результаті значних структурних змін у господарстві України, що відбулися в останні десятиріччя, її децентралізації, лібералізації зросла роль автомобільного транспорту у агросфері й національному господарстві в цілому. Причиною цього стали постійно зростаючі вимоги щодо мобільності товарів і послуг, їх географічної доступності для споживача, зменшенням розміру партій товарів, потребою забезпечення поставок «від дверей до дверей» та «точно у термін».

За таких умов розвиток автомобільного транспорту й автомобільних шляхів стає ключовим пріоритетом у інфраструктурному розвитку села.

Використання високоякісної техніки може забезпечити підвищення термінів її використання майже у три рази, зниження витрат паливо-мастильних матеріалів та значне покращення умов роботи водіїв, операторів, механізаторів [4, 5].

Старіння матеріально-технічної бази та порушення процесів її відтворення стало причиною деградації основних засобів, занепаду виробничої бази аграрного виробництва. Більшість аграрних підприємств й організацій використовують основні засоби із високим рівнем фізичного, функціонального та ринкового зносу. Машинно-тракторний парк агросфери постійно скорочується, а техніка продовжує старіти. Оновлення парку за рахунок іноземної техніки, яка була у використанні не виправляє ситуацію, оскільки вона часто допрацьовує свій ресурс.

Знос основних видів сільськогосподарських машин нині вже досяг критичного рівня й складає більше 50%. Відомо, що в аграрному виробництві період активної роботи не співпадає із періодом виробництва конкретного продукту. Тому використання трудових ресурсів, техніки та транспорту має чітко виражений сезонний характер.

Сільськогосподарські машини та вантажний транспорт, задіяний у виробничому процесі відносно недовгий період часу, з урахуванням того, що терміни виконання основних видів робіт у аграрному виробництві обмежені у часі та не можуть бути відкладені у часі. Вчасне виконання всього комплексу сільськогосподарських робіт визначальним чином впливає на рівень врожайності й вимагає від підприємства значного запасу технічних засобів. Необхідно враховувати, що більшість видів техніки використовується на відкритому повітрі, що багато в чому визначає їх конструктивні та експлуатаційні характеристики.

Якісне удосконалення матеріально-технічної бази агросфери повинне стати державним пріоритетом та увійти у стратегічні програмні документи. Цей вектор вимагає вирішення таких завдань:

- впровадження сучасних сільськогосподарських технологій, високопродуктивних комплексів технічних засобів аграрного виробництва;
- підтримка інвестиційного процесу у агросфері та інвестиційної діяльності аграрних підприємств й організацій;
- впровадження й використання сучасних енергоефективних технологій й техніки, альтернативних джерел енергії, підвищення рівня енергетичної автономності аграрних виробників;
- розвиток інвестиційної та виробничої інфраструктури агросфери.

Для аграрних виробників всіх форм власності та господарювання необхідно запроваджувати заходи щодо субсидування компенсації частини вартості високоєфективних сільськогосподарських виробничих комплексів, машин й обладнання для впровадження новітніх аграрних технологій [6, 7].

Необхідні також продовжувати реалізацію в наступному році заходів щодо компенсації відсоткової ставки при придбанні нової сільськогосподарської техніки у кредит та лізинг для аграрних підприємств й організацій всіх форм й сфер діяльності.

Потрібний прогресивний розвиток ринку сільськогосподарських машин та устаткування, нарощування обсягів вітчизняного виробництва й експорту сільськогосподарських машин, зростання платоспроможного попиту аграрних підприємств й організацій, розвиток агролізингу та систем пільгового кредитування придбання техніки аграріями. Втім, недостатній рівень інвестування у розвиток підприємств сільськогосподарського машинобудування, їх ринкової інфраструктури, недостатній рівень якості вітчизняних сільськогосподарських машин й обладнання уповільнюють розвиток

цього ринку. Удосконалення матеріально-технічної бази аграрного виробництва вимагає відновлення сільськогосподарських машин й обладнання для продовження терміну їх служби, забезпечення розвитку їх вторинного ринку, поширення кооперативних форми придбання й використання машин й обладнання.

Надмірний рівень податкового навантаження, постійний дефіцит багатьох місцевих бюджетів, висока вартість енергоносіїв, незадовільний фінансово-економічний стан переважної частини аграрних виробників, висока інфляція й спад аграрного виробництва негативним чином впливають на рівень інвестиційної привабливості регіональної агросфери.

Висновки. Вказані критерії формують фінансово-економічні чинники інвестиційної привабливості регіональної агросфери. Для покращення фінансового чинника слід здійснювати реструктуризацію кредиторської заборгованості аграрних товаровиробників та збільшити їх відповідальність за забезпечення ефективності сільськогосподарського виробництва. Держава має підтримувати, насамперед, аграрні підприємства, які здатні отримати найбільшу віддачу від інвестицій. Звісно ж, надання державної підтримки на рівні агросфери регіону має відповідати законодавчим нормам України.

Стабілізація аграрного виробництва вимагає здійснення страхування окремих видів ресурсів із використанням держпідтримки. Особливу увагу тут слід приділити формуванню дієвої системи із перестрахування частини ризиків й окремим обліком страхових операцій із державною підтримкою. Водночас нормативи, правила й інструменти страхування аграрної продукції сьогодні є недосконалими, що зумовлює неефективне використання цього чинника.

Створення нових виробничих об'єктів агросфери та відновлення існуючих (реконструкція та технічне переозброєння) і рамках державних та регіональних цільових програм, слід реалізовувати із залученням коштів державного та місцевих бюджетів. Надходження додаткових інвестицій у агросферу, із огляду на специфіку різних інших форм аграрного бізнесу, має бути одним з пріоритетних напрямків фінансово-кредитної політики держави.

Росту ефективності державної агропродовольчої політики сприятиме формування дорадчих органів - асоціацій аграрних виробників, що зможуть брати участь у розробці, експертизі й втіленні регуляторних заходів у галузі. Для аграрних виробників доцільно зберегти єдиний податок та нульовий рівень ставки прибуткового податку. Законодавчо-нормативна база банкрутства повинна бути

переглянута з метою забезпечення збереження виробничого потенціалу аграрних підприємств й спрощення процедур залучення зовнішніх інвестицій, а також захисту прав власників й користувачів сільгоспугідь, а також сільського населення, задіяного у аграрному виробництві.

Аграрні підприємства й організації, які користуються кредитами українських фінансово-кредитних установ й позиками споживчих кооперативів, доцільно субсидіювати з бюджетних ресурсів для компенсації частини витрат по:

- короткострокових кредитах;
- кредитах й позиках на оновлення складу основних засобів, племінних тварин;
- кредитах на будівництво нових та удосконалення (реконструкцію, модернізацію) об'єктів тваринництва, птахівництва та рибиства;
- кредитах й позиках малим й середнім підприємствам агросфери.

Збільшення фінансово-інвестиційного потенціалу агросфери регіону можливо здійснити шляхом залучення додаткових інвестиційних ресурсів від здійснення операцій із комунальною власністю та землями місцевих громад.

Формування на регіональному й місцевому рівнях системи інвестиційного кредитування з низьким рівнем відсоткового навантаження й захистом від інфляційного ризику дасть змогу залучити додаткові інвестиції. Пожвавлення інвестиційних процесів також можливе й шляхом використання механізму двохланкового страхування зовнішніх інвестицій (іноземних та з інших регіонів).

Ми вважаємо, що інвестиційну привабливість агросфери регіону можна підвищити шляхом нагромадження інвестиційного потенціалу підприємств й організацій агросфери шляхом раціонального використання внутрішніх резервів джерел фінансування капітальних вкладень (чистого прибутку й амортизації).

Література.

1. **Батюк Л.А., Кравченко О.М.** Соціально-економічні ризики сучасних глобалізаційних процесів. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2016. № 1. С. 65-68.
2. **Горбатюк Л.М.** Окремі аспекти класифікації інвестицій. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2010. № 2. С. 201-204.
3. **Євтушенко Г.В., Тимків Н.Я., Шешеня А.А.** Особливості управління ризиками в аграрному секторі економіки. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2016. Вип. 17. С. 49-52.

4. **Лагодієнко В.В.** Реалізація інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності у харчовій галузі. *Бізнес-Навігатор*. 2013. № 2(31). С. 178-183.

5. **Лагодієнко В.В.** Концептуальна модель розвитку регіонального агропромислового виробництва. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 8. С. 1259-1262.

6. **Mudrak R., Nyzhnyk I., Lagodiienko V., & Lagodiienko N.** (2019). Impact of Seasonal Production on the Dynamics of Prices for Meat and Dairy Products in Ukraine. *TEM Journal*, Volume 8, Issue 4, pp. 1159-1168. DOI: 10.18421/TEM84-08, November 2019.

7. **Ужва А.М.** Механізми інвестиційного забезпечення функціонування аграрного бізнесу: регіональний вимір. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Випуск 6. С. 133-137.

References.

1. **Batiuk L.A., & Kravchenko O.M.** (2016). Sotsialno-ekonomichni ryzyky suchasnykh hlobalizatsiynykh protsesiv. [Socio-economic risks of modern globalization processes]. *Aktualni problemy innovatsiinoi ekonomiky – Actual problems of innovative economy*, no. 1, pp. 65-68 [in Ukrainian].

2. **Horbatiuk L.M.** (2010). Okremi aspekty klasyfikatsii investytsii. [Some aspects of classification of investment]. *Visnyk Poltavskoi derzhavnoi ahroinoi akademii – Bulletin of Poltava State Agrarian Academy*, no. 2, pp. 201-204 [in Ukrainian].

3. **Yevtushenko H.V., Tymkiv N.Ya., & Sheshenya A.A.** (2016). Osoblyvosti upravlinnia ryzykamy v ahroinomu sektori ekonomiky. [Peculiarities of Risk Management in Agricultural Sector of Economy]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya: Ekonomika i menedzhment – Scientific Bulletin of the International Humanities University. Series: Economics and Management*, Issue. 17, pp. 49-52 [in Ukrainian].

4. **Lagodiienko V.V.** (2013). Realizatsiya investytsiynoho zabezpechennya innovatsiynoi diyal'nosti u kharchoviy haluzi [Implementation of investment support for innovation in the food industry]. *Biznes-Navigators – Business Navigator*, vol. 2, no. 33, pp. 178-183 [in Ukrainian].

5. **Lagodiienko V.V.** (2015). Kontseptualna model rozvytku rehionalnoho ahropromyslovoho vyrobnytstva. [Conceptual model of development of regional agro-industrial production]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky – Global and national problems of economy*, no. 8, pp. 1259-1262 [in Ukrainian].

6. **Mudrak R., Nyzhnyk I., Lagodiienko V., & Lagodiienko N.** (2019). Impact of Seasonal Production on the Dynamics of Prices for Meat and Dairy Products in Ukraine. *TEM Journal*, Volume 8, Issue 4, pp. 1159-1168. DOI: 10.18421/TEM84-08, November 2019. [in English].

7. **Uzhva A.M.** (2016). Mekhanizmy investytsiynoho zabezpechennia funktsionuvannia ahroinoho biznesu: rehionalnyi vymir. [Mechanisms of investment support for the functioning of agrarian business: a regional dimension]. *Prychornomorski ekonomichni studii – Black Sea Economic Studies*, Issue 6, pp. 133-137 [in Ukrainian].

Анотація.

Турленко Н.В., Чайковська М.А., Лагодієнко В.В. Інструменти підвищення інвестиційної привабливості агросфери регіону.

Необхідно формувати регіональну інвестиційну стратегію, спрямовану на підвищення інвестиційної привабливості регіону з оглядом на його господарську спеціалізацію. Стратегія повинна встановити пріоритети соціально-економічного розвитку регіону, що має стати базисом для розробки інвестиційної програми. Інвестиційна програма повинна визначити потреби господарства регіону у капіталовкладеннях та містити комплекс заходів щодо активізації інвестиційної діяльності в регіоні. Інвестиційна політика Одеської області формується під впливом множини факторів зовнішнього й внутрішнього середовища, що розкривають напрямки спеціалізації господарства регіону.

Формування на регіональному й місцевому рівнях системи інвестиційного кредитування з низьким рівнем відсоткового навантаження й захистом від інфляційного ризику дасть змогу залучити додаткові інвестиції. Поjawлення інвестиційних процесів також можливе й шляхом використання механізму двохланкового страхування зовнішніх інвестицій (іноземних та з інших регіонів).

Інвестиційну привабливість агросфери регіону можна підвищити шляхом нагромадження інвестиційного потенціалу підприємств й організацій агросфери шляхом раціонального використання внутрішніх резервів джерел фінансування капітальних вкладень (чистого прибутку й амортизації).

Ключові слова: інвестиційні механізми, інструменти, важелі, регіон, агросфера, економічна активність, інвестиційна привабливість, регіон.

Аннотация.

Турленко Н.В., Чайковская М.А., Лагодиеенко В.В. Инструменты повышения инвестиционной привлекательности агросферы региона.

Необходимо формировать региональную инвестиционную стратегию, направленную на повышение инвестиционной привлекательности региона с оглядкой на его хозяйственную специализацию. Стратегия должна установить приоритеты социально-экономического развития региона, который должен стать базисом для разработки инвестиционной программы. Инвестиционная программа должна определить потребности хозяйства региона в капиталовложениях и содержать комплекс мер по активизации инвестиционной деятельности в регионе. Инвестиционная политика Одесской области формируется под влиянием множества факторов внешней и внутренней среды, раскрывающих направления специализации хозяйства региона.

Формирование на региональном и местном уровнях системы инвестиционного кредитования с низким уровнем процентного накрутки и защитой от инфляционного риска позволит привлечь дополнительные инвестиции. Оживление инвестиционных процессов также возможно и путем использования механизма двухзвеньевое страхование внешних инвестиций (иностранных и из других регионов).

Инвестиционную привлекательность агросферы региона можно повысить путем накопления инвестиционного потенциала предприятий и организаций агросферы путем рационального использования внутренних резервов источников финансирования капитальных вложений (чистой прибыли и амортизации).

Ключевые слова: инвестиционные механизмы, инструменты, рычаги, регион, агросфера, экономическая активность, инвестиционная привлекательность, регион.

Abstract.

Turlenko N.V., Chaykovs'ka M.A., Lahodiyenko V.V. Tools to increase the investment attractiveness of the region's agrosphere.

It is necessary to formulate a regional investment strategy aimed at enhancing the investment attractiveness of the region with a view to its economic specialization. The strategy should set priorities for the socio-economic development of the region, which should be the basis for the development of the investment program. The investment program should identify the needs of the region's economy for investment and contain a set of measures to intensify investment activity in the region. The investment policy of the Odessa region is formed under the influence of many factors of external and internal environment, which reveal the directions of specialization of the economy of the region.

Establishment of a low interest rate investment lending system at the regional and local levels, and protection against inflation risk, will attract additional investment. Revitalization of investment processes is also possible by using the mechanism of two-tier insurance of foreign investments (foreign and from other regions).

Investment attractiveness of the agrosphere of the region can be increased by accumulating the investment potential of enterprises and organizations of the agrosphere by rational use of internal reserves of sources of financing of capital investments (net profit and depreciation).

Key words: *investment mechanisms, instruments, levers, region, agrosphere, economic activity, investment attractiveness, region.*

УДК 311.21:331.56

БЕЗРОБІТТЯ НАСЕЛЕННЯ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

**ШВЕЦЬ О.В., ДОКТОРАНТ,
ПРИВАТНИЙ ВИЩІЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІЗНЕСУ І ПРАВА»**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Однією з найважливіших соціально-економічних проблем сучасного етапу розвитку України є безробіття. Це складне макроекономічне явище економічного життя. Економічна криза в Україні глибоко позначається на зайнятості в країні. Нині безробіття стає неодмінним елементом життя України, що впливає не тільки на соціально-економічну, а й політичну ситуацію в державі. Воно залишається в центрі уваги і населення, і наукової громадськості, а також є однією з актуальних проблем у країні.

Безробіття потребує аналізу стану та причин, пошуку важелів його регулювання на науковій основі та із застосуванням дієвого закордонного досвіду. Створення в Україні ринку праці, на якому б здійснювалося ефективне працевлаштування наявної робочої сили, дало б змогу вивести економіку нашої країни на новий рівень тощо.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз фундаментальних еволюційних підходів до вирішення проблем безробіття відображений у працях визначних учених: А. Сміта, Т. Мальтуса, Ф. Кене, Д. Рікардо, К. Маркса, Дж. Кейнса, М. Фрідмена, А. Пігу, А. Маршалла, А. Оукена, Г. Стендінга, Е. Лібанової, В. Петюха, В. Васильченка, Є. Качана, А. Колота та ін. Сучасну проблематику безробіття досліджено такими науковцями, як: М. Алле, С.І. Бандура, Л.І. Безтелесна, В.В. Близнюк, Н.М. Зоярна, О.М. Каралюс, Е.М. Лібанова, Ю.М. Маршавіна, О.С. Пляшко, С.Е. Сардак, М.В. Ткаченко, Т.А. Федотова та ін.

Водночас, незважаючи на значну кількість досліджень, реалії ринку праці вимагають подальшого опрацювання методичних підходів аналізу причинно-наслідкових зв'язків проблеми безробіття та пошуку механізмів подолання її негативних наслідків.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є дослідження безробіття населення в Україні в сучасних умовах, дослідження сучасної моделі українського ринку праці в контексті характерних ознак та обґрунтування соціально-економічних наслідків наявності безробіття, як ознаки економічного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Крім безробіття питання реалізації трудового потенціалу актуалізується високим рівнем трудової неактивності. До категорії економічно неактивного населення належать особи віком 15-70 років, які не належали ні до занятого, ні до безробітного населення та за рівнем зв'язку з ринком праці могли бути класифіковані як ті, що шукають роботу, проте не готові з певних причин приступити до неї. Кількість економічно неактивного населення віком 15-70 років у 2017 р. становила 11 млн. осіб, або більше третини всього населення цього віку. Кожен другий економічно неактивний був пенсіонером, кожен п'ятий – студентом, учнем або виконував домашні обов'язки (табл. 1).

Значну частину вищезазначеної категорії осіб складали незайняті особи працездатного віку, які припинили активні пошуки роботи, тому що втратили надію її знайти (зневірені), та ті, які не знали, де і як шукати роботу, та були переконані у відсутності підходящої роботи. Ці особи за умови сприятливої кон'юнктури могли б запропонувати свою робочу силу на ринку праці, а отже – є найбільш перспективною частиною потенціалу поповнення лав працюючих.

Таблиця 1

**Структура економічно неактивного населення України
у віці 15-70 років за причинами незайнятості у 2017 р., %**

<i>Причини економічної неактивності</i>	<i>Все населення</i>	<i>Жінки</i>	<i>Чоловіки</i>	<i>Міські поселення</i>	<i>Сільська місцевість</i>
Пенсіонери	53,6	52,1	55,9	55,2	50,5
Учні, студенти	20,7	16,3	27,6	21,8	18,4
Виконують домашні обов'язки	21,1	25,8	9,4	19,1	25
За станом здоров'я	1,1	0,7	1,8	1,1	1,1
Зневірені особи	0,8	0,6	1,1	0,6	1,2
Перебувають на утриманні	0,9	0,8	1	1	0,6
Не знаходять підходящу роботу	0,6	0,5	0,9	0,4	1,3
Сезонний характер	0,2	0,1	0,3	0,1	0,3
Інші категорії	1	0,4	2	0,7	1,6

Джерело: сформовано автором за даними [1]

Наступним аспектом аналізу безробіття у національному вимірі постає рівень безробіття населення за статтю, віковими групами та місцем проживання у 2017 р. (табл. 2).

Таблиця 2

**Рівень безробіття населення в Україні (за методологією МОП)
за статтю, віковими групами та місцем проживання у 2018 р., %**

<i>Категорія населення</i>	<i>Рівень безробіття (у середньому за період, % до кількості економічно активного населення відповідної вікової групи)</i>							
	<i>Всього</i>	<i>У тому числі за віковими групами, років</i>						
		<i>15-24</i>	<i>25-29</i>	<i>30-34</i>	<i>35-39</i>	<i>40-49</i>	<i>50-59</i>	<i>60-70</i>
Все населення	9,5	18,9	11,3	9,8	8,4	8,7	8,1	0,1
Жінки	7,7	17,0	8,6	8,3	7,5	7,1	6,5	0,0
Чоловіки	11,1	20,3	13,1	11,0	9,3	10,3	9,8	0,2
Міські поселення	9,3	17,8	11,0	9,9	8,1	9,1	7,9	0,2
Сільська місцевість	9,9	20,4	11,8	9,7	9,3	7,9	8,4	0,0

Джерело: сформовано автором за даними [1]

Проаналізувавши табл. 2, можна сказати, що у чоловічої частини населення у цілому рівень безробіття вищий (11,1 %), ніж у жіночої частини (7,7 %). Особливо високий рівень безробіття серед населення віком 15-24 років (18,9 %), а саме в чоловіків цей показник становить 20,3 %, а у жінок – 17,0 %. Найбільша частка безробітних спостерігається серед молоді, це переважно молоді спеціалісти, які тільки закінчили навчальні заклади і знаходяться у пошуку роботи. Щодо безробітних, які проживають у сільській місцевості, то у них рівень безробіття вищий (9,9 %), ніж у міських поселеннях (9,3 %), що пов'язано з деструкціями процесу реформування аграрного сектору, коли значна частина робочої сили залишилася незадіяною у виробництві й без роботи залишилися пастухи, комбайнери, доярки, свинарки, трактористи та інші працівники [4].

Високий рівень молодіжного безробіття в нашій країні обумовлений низкою причин, як-то: недостатня пропозиція якісних робочих місць для молоді; небажання роботодавців приймати на роботу молодь без кваліфікаційних навичок та професійного досвіду; відсутність дієвих економічних стимулів для роботодавців до працевлаштування молоді; низька офіційна заробітна плата для молодих працівників; невідповідність якості і структури фахової підготовки потребам ринку праці. Слід наголосити, що серед молодих безробітних значну частину становлять ті, які залишилися непрацевлаштованими після закінчення загальноосвітніх та вищих навчальних закладів I-IV рівнів акредитації.

За даними Державної фіскальної служби України, в період січня-серпня 2018 р. 5,1 тис. найманих осіб працювали без оформлення трудових відносин з роботодавцем. Крім того, в цей період за результатами перевірок до державної реєстрації залучено 10,9 тис. громадян, які здійснювали підприємницьку діяльність без реєстрації. Прикладання праці в неформальному секторі закономірно змінює трудову мотивацію, соціальні та професійні орієнтації, веде до зміни системи особистих цінностей. У результаті нагромаджений трудовий потенціал України не знаходить повної реалізації [5].

В сучасних умовах ринок праці України характеризується збереженням значного рівня безробіття, у тому числі прихованого, що є результатом багатьох проблем та суперечностей, які тривалий час не вирішувалися, а в період ускладнення соціально-економічної ситуації значно загострилися. У цілому сучасна модель українського ринку праці характеризується таким вадами:

– ригідність сфери зайнятості, спричинена надмірною зарегульованістю трудових відносин;

– неузгодженість політики зайнятості та державного регулювання оплати праці з економічною, соціальною, фінансовою, секторальною, регіональною, інвестиційною, кредитною політиками;

– відсутність проактивного підходу в регулюванні сфери зайнятості, що проявляється у часто несвочасному реагуванні на уже сформовані виклики і поточні загрози за відсутності належних заходів, спрямованих на їх попередження;

– неузгодженість ринку праці з ринком освітніх послуг, що призводить до посилення кількісних та професійно-кваліфікаційних дисбалансів попиту і пропозиції на робочу силу та загострення проблеми молодіжного безробіття;

– низький рівень використання економічних механізмів, що сприяють створенню нових якісних робочих місць та залученню молоді й висококваліфікованої робочої сили;

– спрямованість державної політики на підтримку утриманських настроїв безробітних за відсутності дієвих стимулів до продуктивної зайнятості;

– низький рівень ефективності та дієвості спеціалізованих державних програм;

– недосконалість трудового законодавства, що полягає у застарілості і неузгодженості нормативно-правових актів, недостатній гармонізації їх положень з міжнародними нормативами, та відсутність дієвого механізму забезпечення дотриманням законодавства у сфері трудових відносин тощо.

На мікрорівні безробіття є однією з головних причин зниження ефективності праці та виробництва в цілому, тобто погіршення якості продукції, що випускається, та зниження її конкурентоспроможності. Це пов'язано з тим, що окремі й достатньо значимі групи населення змушені погоджуватися на непрестижну, нецікаву для них роботу, що їм не до душі. Звідси низько ефективна, неякісна праця, висока плинність кадрів. Більш того, за таких обставин неможливо сформувати стабільні виробничі колективи.

До числа позитивних сторін безробіття фахівцями відносяться: підвищення соціальної цінності робочого місця; збільшення особистого вільного часу та свободи вибору місця роботи; зростання соціальної значимості й цінності праці; зростання конкуренції між працівниками; стимулювання підвищення інтенсивності і продуктивності праці; можливість для безробітного використати перерву в зайнятості для перенавчання, підвищення рівня освіти [7, 8].

Висновки. В процесі дослідження сучасного стану безробіття обґрунтовано основні напрямки його подолання в Україні: підвищення добробуту населення за рахунок особистого трудового внеску, підприємництва та ділової активності; надання відповідної допомоги по безробіттю, збереження робочих місць та перепідготовка осіб, які втратили роботу; проведення ґрунтовної пенсійної реформи; сприяння всебічному державному захисту інтелектуального потенціалу суспільства; посилення координації міжнародної діяльності в частині інформаційного обміну з питань зайнятості; забезпечення стабільного фінансування та державної підтримки розвитку духовної сфери, освіти, науки і культури тощо. Визначено, що проблема безробіття є ключовим питанням не лише в Україні, а й у всьому сучасному світі, без подолання якої неможливо налагодити ефективний розвиток як регіональної, так і національної економіки. Оскільки головною причиною безробіття є незбалансованість попиту і пропозиції робочої сили, саме тому в державі повинна втілюватись активна політика, яка складається із заходів, спрямованих на: збільшення попиту на робочу силу з боку державного та приватного сектора економіки; підвищення конкурентоспроможності робочої сили та забезпечення відповідності робочої сили і робочих місць; вдосконалення процесу працевлаштування.

Література.

1. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. **Skupskyi R.M., Melnychuk L.S., Shcherbata M.Y.** Methodological aspects of labor potential use and regional demographic problems. *Scientific bulletin of Polissia*. Chernihiv: ChNUT, 2017. № 1(9). P. 103-109.
3. **Зоярна Н.М., Каралюс О.М.** Безробіття на селі: причини та шляхи подолання. *Науковий вісник НАТУ України*. 2011. № 21. С. 176-178.
4. EAPES-WORLD-REGIONS 1990-2020. URL: <http://laborsta.ilo.org/applv8/data/EAPES/v6/EAPES-WORLDREGIONS%201990-2020.xls>
5. Державна фіскальна служба України. URL: <http://sfs.gov.ua/media-tsentr/novini/351748.html>
6. **Борищук А.О., Семенова К.Д.** Аналіз рівня безробіття в Україні. *Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень: збірник наукових студентських праць*. 2017. Випуск 3. Частина І. С. 29-34.
7. **Полуяктова О.В.** Проблеми безробіття в Україні. *Економіка і суспільство*. 2016. № 2. С. 31-35.
8. **Кочума І.Ю.** Стан зайнятості та безробіття в Україні на сучасному етапі. *Фінансовий простір*. 2013. № 3. С. 119-126.

9. **Лагодієнко В.В.** Стан та перспективи розвитку зайнятості населення в аграрній сфері Миколаївської області. *Бізнес навігатор*. 2011. № 22. С. 5-11.

10. **Лагодієнко В.В., Боднар О.А.** Вплив соціально-економічного розвитку села на рівень життя сільського населення регіону. *Економіст*. 2012. № 2. С. 50-51. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econ_2012_2_18

References.

1. Derzhavna sluzhba statystyky [State Statistics Service]. *ukrstat.gov.ua*. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].

2. **Skupskyi R.M., Melnychuk L.S., & Shcherbata M.Y.** (2017). Methodological aspects of labor potential use and regional demographic problems. *Scientific bulletin of Polissia*. Chernihiv: ChNUT, no. 1(9), pp. 103-109 [in English].

3. **Zoyarna N.M., & Caralius O.M.** (2011). Bezrobittya na seli: prychny ta shlyakhy podolannya [Unlucky in the countryside: reasons for that hatred]. *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny – Science Newsletter NLTU of Ukraine*, no. 21, pp. 176-178 [in Ukrainian].

4. EAPPE-WORLD-REGIONS 1990-2020. Retrieved from: <http://laborsta.ilo.org/applv8/data/EAPPE/v6/EAPPE-WORLDREGIONS%201990-2020.xls> [in English].

5. Derzhavna fiskal'na sluzhba Ukrayiny [Derzhavna fiscal service of Ukraine]. *sfs.gov.ua*. Retrieved from: <http://sfs.gov.ua/media-tsentr/novini/351748.html> [in Ukrainian].

6. **Borishchuk A.O., & Semenova K.D.** (2017). Analiz rivnya bezrobittya v Ukraini [Analysis of unemployment in Ukraine]. *Statystyka – instrument sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen': zbirnyk naukovykh student-s'kykh prats' – Statistics – Social and economic instruments: a student of science students*. Issue 3, Part I, pp. 29-34 [in Ukrainian].

7. **Poluyaktova O.V.** (2016). Problemy bezrobittya v Ukraini [Problems of unemployment in Ukraine]. *Ekonomika i suspil'stvo – Economy and suspension*, no. 2, pp. 31-35 [in Ukrainian].

8. **Kochuma I.Yu.** (2013). Stan zaynyatosti ta bezrobittya v Ukraini na suchasnomu etapi [The camp of employment and unemployment in Ukraine at this time]. *Finansovyy prostir – Financial Prost*, no. 3, pp. 119-126 [in Ukrainian].

9. **Lagodinko V.V.** (2011). Stan ta perspektyvy rozvytku zaynyatosti naselennya v ahraryi sferi Mykolayivs'koyi oblasti [Become a prospect of developing a population in the agrarian sector of the Mykolaiv region]. *Biznes navigator – Business Navigator*, no. 22, pp. 5-11 [in Ukrainian].

10. **Lagodinko V.V., & Bodnar O.A.** (2012). Vplyv sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku sela na riven' zhyttya sil's'koho naselennya rehionu [After the influx of social and economic development, I sat on the river of life of the population of the region]. *Ekonomist – Economist*, no. 2, pp. 50-51. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econ_2012_2_18 [in Ukrainian].

Анотація.

Швец О.В. Безробіття населення в умовах сталого розвитку регіону.

Важливою соціально-економічною проблемою сучасного етапу розвитку України є безробіття, як складне макроекономічне явище економічного життя. Нині безробіття стає невідмінним елементом життя України, що впливає не тільки на соціально-економічну, а й політичну ситуацію в державі. Безробіття потребує аналізу стану та причин, пошуку важелів його регулювання на науковій основі та із застосуванням дієвого закордонного досвіду тощо.

Мета статті — є оцінка стану безробіття в Україні в сучасних умовах, дослідження сучасної моделі українського ринку праці в контексті характерних ознак та обґрунтування соціально-економічних наслідків наявності безробіття, як ознаки економічного розвитку.

Безробіття у сучасному світі є серйозною проблемою, складниками якої виступають різні чинники природно-ресурсного, біологічного, техніко-виробничого, економічного, соціально-культурного та управлінсько-регуляторного характеру. В Україні рівень безробіття визначають за методологією Міжнародної організації праці (МОП), а також за рівнем зареєстрованого безробіття. У дослідженні розглянуто структуру безробітного населення України віком 15-70 років за причинами незайнятості, структуру економічно неактивного населення за причинами незайнятості, визначено рівень безробіття населення за статтю, віковими групами та місцем проживання тощо. Досліджено сучасну модель українського ринку праці в контексті характерних ознак та обґрунтовано соціально-економічних наслідки прояву безробіття, як ознаки економічного розвитку.

В процесі дослідження сучасного стану безробіття, визначено, що проблема безробіття є ключовим питанням не лише в Україні, а й у всьому сучасному світі, без подолання якої неможливо налагодити ефективний розвиток як регіональної, так і національної економіки. Оскільки головною причиною безробіття є незбалансованість попиту і пропозицій робочої сили та обґрунтовано основні напрямки подолання безробіття в Україні.

Ключові слова: безробіття, ринок праці, рівень безробіття, соціально-економічні наслідки безробіття, зайнятість, методологія МОП.

Аннотация.

Швец О.В. Безработица населения в условиях устойчивого развития региона.

Важной социально-экономической проблемой современного этапа развития Украины является безработица, как сложное макроэкономическое явление экономической жизни. Сейчас безработица становится постоянным элементом жизни Украины, что влияет не только на социально-экономическую, но и политическую ситуацию в государстве. Безработица требует анализа состояния и причин, поиска рычагов его регулирования на научной основе и с применением эффективного зарубежного опыта и тому подобное.

Цель статьи - является оценка состояния безработицы в Украине в современных условиях, исследования современной модели украинского рынка труда в контексте характерных признаков и обоснование социально-экономических последствий наличия безработицы, как признаки экономического развития.

Безработица в современном мире является серьезной проблемой, составляющими которой выступают различные факторы природно-ресурсного, биологического, технико-производственного, экономического, социально-культурного и управленческо-регуляторного характера. В Украине уровень безработицы определяется по методологии Международной

организации труда (МОТ), а также по уровню зарегистрированной безработицы. В исследовании рассмотрена структура безработного населения Украины в возрасте 15-70 лет по причинам незанятости, структуру экономически неактивного населения по причинам незанятости, определен уровень безработицы населения по полу, возрастным группам и месту проживания и тому подобное. Исследовано современное модели украинского рынка труда в контексте характерных признаков и обосновано социально-экономических последствиях проявления безработицы, как признаки экономического развития.

В процессе исследования современного состояния безработицы, определено, что проблема безработицы является ключевым вопросом не только в Украине, но и во всем современном мире, без преодоления которой невозможно наладить эффективное развитие как региональной, так и национальной экономики. Поскольку главной причиной безработицы является несбалансированность спроса и предложения рабочей силы и обоснованы основные направления преодоления безработицы в Украине.

Ключевые слова: безработица, рынок труда, уровень безработицы, социально-экономические последствия безработицы, занятость, методология МОТ.

Abstract.

Shvets O.V. Unemployment of the population in conditions of sustainable development of the region.

An important socio-economic problem of the current stage of development of Ukraine is unemployment, as a complex macroeconomic phenomenon of economic life. Unemployment is now becoming an indispensable element of Ukraine's life, affecting not only the socio-economic but also the political situation in the country. Unemployment requires analysis of the state and causes, finding the levers of its regulation on a scientific basis and using effective foreign experience, etc.

The purpose of the article is to evaluate the current state of unemployment in Ukraine, to study the current model of the Ukrainian labor market in the context of characteristics and to justify the socio-economic consequences of unemployment as a sign of economic development.

Unemployment in the modern world is a serious problem, the components of which are various factors of natural resource, biological, technical, industrial, economic, socio-cultural and managerial and regulatory nature. In Ukraine, the unemployment rate is determined by the methodology of the International Labor Organization (ILO), as well as by the registered unemployment rate. The study looks at the structure of the unemployed population of Ukraine aged 15-70 years by reasons of unemployment, the structure of economically inactive population by reasons of unemployment, determined the unemployment rate of the population by sex, age groups and place of residence, etc. The modern model of the Ukrainian labor market is studied in the context of characteristic features and the socio-economic consequences of the manifestation of unemployment as signs of economic development are substantiated.

In the process of researching the current state of unemployment, it was determined that the problem of unemployment is a key issue not only in Ukraine, but in the entire modern world, without which it is impossible to establish effective development of both regional and national economy. As the main cause of unemployment is the imbalance of labor supply and demand and the basic directions of overcoming unemployment in Ukraine are substantiated.

Key words: *unemployment, labor market, unemployment rate, socio-economic consequences of unemployment, employment, ILO methodology.*

МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

***ПРОКОПЕНКО О.В., к.ф.н., доцент,
ЛУТАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Питанням формування системи управління на підприємствах, на сьогоднішній день, приділяється значна увага через ряд як суб'єктивних, так і об'єктивних чинників. Так, розуміння менеджментом є можливим в трьох напрямках: як безпосередня система управління підприємством, як напрям організації діяльності підприємства на засадах поєднання внутрішньо організаційних відносин та як забезпечуюча система загального управління підприємством й його виробничо-комерційною діяльністю, яка й є базовим інструментом забезпечення його конкурентоспроможного розвитку через залучення механізмів стратегічного управління. При цьому, якщо в переважній більшості наукових поглядів більшої уваги приділено менеджменту саме як системі управління підприємством, то, на нашу думку, виділення більш широкого його розуміння виступає актуальним за існуючих ринкових умов діяльності господарюючих суб'єктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам формування систем менеджменту на підприємствах та, загалом, запровадження механізмів й інструментарію стратегічного управління на підприємствах, присвячено велику кількість праць, як вітчизняних, так і зарубіжних вчених.

З однієї сторони, дослідження систем менеджменту, в теорії, формуються через залучення до практичних можливостей підприємств сформованих функцій з виокремленими завданнями, які одночасно мають за змістом формувати організаційну структуру підприємства. Одночасно більшість з завдань організаційної структури виконується різними за рівнями внутрішніми системами та менеджментом (топ-менеджери, менеджери середнього рівня та нижчого рівня тощо). Таким чином визначені функції в теорії мають бути повною мірою забезпечені різними підрозділами і в кінцевому результаті мають формувати ефективну систему менеджменту підприємства.

З іншої сторони, розуміння менеджменту, як забезпечуючої системи стратегічного управління підприємства, вже формує новий склад функцій та завдань, які мають розкриватись не за окремими організаційними структурами підприємств (підрозділами), а через створення результативного управлінського потенціалу для досягнення поставленої мети підприємства – забезпечення конкурентоспроможного розвитку. За таких умов, дослідженні теоретичні засади менеджменту підприємств мають повністю в теорії сформовані механізми, які вимагають приділення більшої уваги при прикладному застосуванні для кожного окремого підприємства чи поєднанням за окремим галузевим напрямом виробничо-комерційної діяльності.

Формулювання цілей статті. Метою статті є проведення компаративного дослідження менеджменту як системи управління для забезпечення стратегічного розвитку підприємств з одночасним виокремленням функціоналу, який на різних рівнях має особливості запровадження до організаційної системи чи управлінської складової діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування системи стратегічного управління аграрних підприємств має на меті виконання ряду завдань щодо внутрішньо організаційної складової діяльності та діяльності підприємства при виході на ринок. Так, питання внутрішньо організаційного менеджменту формуються за принципами структурованості, системності, адаптивності, комплексності, результативності тощо, що пояснює їх теоретичний зміст при пристосуванні до умов діяльності кожного окремого підприємства. Одночасно, слід відзначити, що функціонал системи внутрішнього менеджменту поєднує в собі всі існуючі компоненти, зокрема, функції організації, стимулювання, контролю, регулювання. При чому визначені функції повною мірою мають виконуватись за всіма видами діяльності, які підпорядковуються до даної системи. Однак таке розуміння менеджменту не є досконалим при визначенні результативності діяльності підприємства в ринкових умовах, загалом, в першу чергу, через виокремлення внутрішньогосподарської структури (з метою визначення ефективності діяльності окремих структурних одиниць організації) і не врахування особливостей ринкової діяльності підприємства (кінцевий результат формується від спроможності організації діяти в динамічних ринкових умовах як єдиної системи).

Таким чином, розуміння менеджменту лише в частині забезпечення ефективності діяльності підприємства в середині визначає необхідність дослідження більш широкої системи управління підприємством, загалом. Тому, на нашу думку, менеджмент є базовою системою формування засад та механізмів стратегічного управління на підприємствах.

Визначення функціоналу менеджменту підприємства також слід розкривати через матрицю поєднання організаційного менеджменту з компонентами механізму стратегічного управління. Тим самим першочерговим є створення взаємозв'язків між функціями організації, планування, контролю та регулювання з принципами орієнтації підприємств за товарним, ринковим чи товарно-ринковим механізмом. Особливість виокремлення визначених систем організації управління має на меті формування відповідних завдань для досягнення кінцевої мети. При чому, якщо теоретично функціонал та завдання мають чіткі сектори для можливості впливу, то особливості виробничо-комерційної діяльності окремих підприємств формуватимуть різну систему ризиків при їх запровадженні.

Так, функція організації в системі менеджменту при співставленні з товарним чи ринковим орієнтиром запровадження стратегічного управління матиме різний підхід. Зокрема, це стосується організаційних підрозділів, на які покладатимуться завдання, з одного боку, для формування стратегій диференціації чи диверсифікації, які, з другого боку, мають корелюватись зі стратегіями ринкової діяльності підприємств. Так, система організаційного забезпечення має займати місце забезпечуючої системи через наявність того факту, що діяльність будь-якого підприємства є спрямованою на досягнення кінцевої мети в ринкових умовах, зокрема, отримання доходів, максимізації прибутків чи формування стійких ринкових позицій через отримання більших ринкових часток на цільових ринках.

Планування системи менеджменту більшою мірою відповідає меті стратегічного управління підприємством. Одночасно розвиток системи планування та прогнозування на підприємстві викликає ряд ризиків, які повністю пов'язані з динамічним розвитком ринку і більш статичним станом системи менеджменту підприємств. Наявність дисонансу між визначеними факторами та не можливостями забезпечення швидкого реагування формують також особливості виконання функцій контролю та реагування. Останні, в свою чергу,

мають більший вплив на розвиток підприємства вже не у площині організаційної системи управління, а більшою мірою відповідають завданням стратегічного управління. Таким чином, визначений функціонал системи менеджменту підприємств є релевантним з огляду не лише на поставлені завдання, а й на можливості більш результативного їх використання в різних системах при одночасному виокремленні можливих ризиків в розрізі як організаційної діяльності, так і кінцевих результатів виробничо-комерційної діяльності підприємства.

Висновки. Отже, формування системи менеджменту підприємств слід розглядати через призму організаційної складової з одночасним поєднанням визначеного функціоналу в системі забезпечення стратегічного управління підприємства. При чому окремі функції слід більшою мірою застосовувати на рівні підрозділів для більш ефективного їх подальшого залучення до ринкової діяльності підприємства. Одночасно функціонування системи менеджменту підприємств має свої ризики, як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру, які з'являються в різних умовах (організаційної чи виробничо-комерційної діяльності підприємства, а також при формуванні механізмів стратегічного управління при виході на різні ринки). Загалом, основною метою пристосування системи менеджменту до стратегічного управління підприємством є забезпечення його конкурентоспроможного розвитку та формування більш результативних стратегій для отримання найбільших кінцевих економічних результатів.

Література.

1. **Бабко Н.М.** Особливості формування доходів сільськогосподарських підприємств в умовах ринкової економіки. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету: економічні науки*. 2012. № 2(18). С. 14-20.
2. **Бабко Н.М.** Ретроспективний аналіз інфляційних процесів. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка: економічні науки*. 2012. Вип. 125. С. 67-73.
3. **Додух Н.О.** Необхідність планування і контролю на підприємстві. 2017.
4. **Додух Н.О.** Важливість стратегічного управління для аграрних підприємств в сучасних ринкових умовах. 2017.
5. **Животченко В.В.** Шляхи удосконалення системи управління персоналом на підприємстві. 2018.

6. **Мандич О.В.** Стратегії підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств: інструментальний підхід. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2016. Вип. 172. С. 141-146.

7. **Науменко І.В., Науменко А.О.** Складові механізми забезпечення економічного зростання сільського господарства. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2016. Вип. 177. С. 99-109.

8. **Плигун С.В.** Проблемні аспекти дослідження кон'юнктури сільськогосподарського ринку в Україні. *Агросвіт*. 2018. № 15-16. С. 52-55.

9. **Плигун С.В.** Ефективний розвиток агропродовольчої сфери: методологічний аспект. *Історія економічної думки*. 2018. С. 73.

10. **Arefieva O.** (2019). Risk management in the sphere of state economic security provision using professional liability insurance. *Global Journal of Environmental Science and Management*, 5(Special Issue), pp. 51-60. doi: 10.22034/gjesm.2019.05.SI.06

11. **Kalinichenko S., Duyunova T., Sekovoy O., & Mykytas A.** (2018). Competitive development of subjects of the agri-business: theory and practice. *Fundamental and applied researches in practice of leading scientific schools*, no. 28(4), pp. 86-91.

12. **Kuskova S.V.** Features of formation of resource potential agricultural enterprises. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Інвестиційно-інноваційні моделі розвитку підприємств в умовах сучасної нестабільності»*. 2018. С. 65-67.

13. **Kuskova S.V.** Ways of improving the personnel management system in the enterprise. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2018. Вип. 193. С. 228-237.

14. **Lomovskiykh L.O., Kovalenko O.O., Karasova N.A., & Orzel A.** The algorithm of analysis of agricultural risks under influence of incomplete information about their parameters. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2019. № 3(30). С. 112-120.

15. **Naumenko I.** Development strategy competitive domestic agricultural enterprises. *Стратегія збалансованого використання економічного, технологічного та ресурсного потенціалу країни*. 2016. С. 157-159.

16. **Mandych O.** et al. (2018). Competitive development of subjects of the agri-business: theory and practice. *Fundamental and applied researches in practice of leading scientific schools*, no. 28(4), pp. 86-91.

References.

1. **Babko N.M.** (2012). Osoblyvosti formuvannya dokhodiv sil's'kohospodars'kykh pidpryyemstv v umovakh rynkovoyi ekonomiky [Features of formation of incomes of agricultural enterprises in the conditions of market economy]. *Zbirnyk naukovykh prats' Tavriys'koho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu: ekonomichni nauky – Proceedings of the Tavrida State Agrotechnological University: Economic Sciences*, no. 2(18), pp. 14-20 [in Ukrainian].

2. **Babko N.M.** (2012). Retrospektyvnyy analiz inflyatsiynykh protsesiv [Retrospective analysis of inflationary processes] *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*, no. 125, pp. 67-73 [in Ukrainian].

3. **Dodukh N.O.** (2017). Neobkhidnist' planuvannya i kontrolyu na pidpryyemstvi [Need for planning and control at the enterprise] [in Ukrainian].

4. **Dodukh N.O.** (2017). Vazhlyvist' stratehichnoho upravlinnya dlya ahrarnykh pidpryyemstv v suchasnykh rynkovykh umovakh [The importance of strategic management for agricultural enterprises in today's market conditions] [in Ukrainian].

5. **Zhyvotchenko V.V.** (2018). Shlyakhy udoskonalennya systemy upravlinnya personalom na pidpryyemstvi [Ways to improve the enterprise personnel management system] [in Ukrainian].

6. **Mandych O.V.** (2016). Stratehiyi pidvyshchennya konkurentospromozhnosti ahrarnykh pidpryyemstv: instrumentalnyy pidkhid [Strategies for increasing the competitiveness of agricultural enterprises: an instrumental approach]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*, no. 172, pp. 141-146 [in Ukrainian].

7. **Naumenko I.V., & Naumenko A.O.** (2016). Skladovi mekhanizmu zabezpechennya ekonomichnoho zrostantnya sil's'koho hospodarstva [Components of the mechanism for ensuring the economic growth of agriculture]. *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*, no. 177, pp. 99-109 [in Ukrainian].

8. **Plyhun S.V.** (2018). Problemni aspekty doslidzhennya kon'yunktury sil's'kohospodars'koho rynku v Ukraini [Problematic aspects of agricultural market research in Ukraine]. *Ahrosvit – Agrosvit*, no. 15-16, pp. 52-55 [in Ukrainian].

9. **Plyhun S.V.** (2018). Efektyvnyy rozvytok ahroprodovol'choyi sfery: metodolohichnyy aspekt [Effective development of the agro-food sector: a methodological aspect]. *Istoriya ekonomichnoyi dumky – History of Economic Thought*, p. 73 [in Ukrainian].

10. **Arefieva O.** (2019). Risk management in the sphere of state economic security provision using professional liability insurance. *Global Journal of Environmental Science and Management*, 5(Special Issue), pp. 51-60. doi: 10.22034/gjesm.2019.05.SI.06 [in English].

11. **Kalinichenko S., Duyunova T., Sekovoy O., & Mykytas A.** (2018). Competitive development of subjects of the agri-business: theory and practice. *Fundamental and applied researches in practice of leading scientific schools*, no. 28(4), pp. 86-91 [in English].

12. **Kuskova S.V.** (2018). Features of formation of resource potential agricultural enterprises. *Materialy Mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi «Investytsiyno-innovatsiyni modeli rozvytku pidpryyemstv v umovakh suchasnoyi nestabil'nosti» – Proceedings of the International Scientific and Practical Conference «Investment-innovative models of enterprise development in the conditions of modern instability»*, pp. 65-67 [in English].

13. **Kuskova S.V.** (2018). Ways of improving the personnel management system in the enterprise. *Visnyk Kharkiv's'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu sil's'koho hospodarstva imeni Petra Vasylenka: Ekonomichni nauky – Bulletin of the Kharkiv Petro Vasilenko National Technical University of Agriculture: Economic sciences*, no. 193, pp. 228-237 [in English].

14. **Lomovskykh L.O., Kovalenko O.O., Karasova N.A., Orzeł A.** (2019). The algorithm of analysis of agricultural risks under influence of incomplete information about their parameters. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, no. 3(30), pp. 112-120 [in English].

15. **Naumenko I.** (2016). Development strategy competitive domestic agricultural enterprises. *Stratehiya zbalansovanoho vykorystannya ekonomichnoho, tekhnologichnoho ta resursnoho potentsialu krayiny – Strategy for Balancing the Economic, Technological and Resource Potential of the Country*, pp. 157-159 [in English].

16. **Mandych O.** et al. (2018). Competitive development of subjects of the agri-business: theory and practice. *Fundamental and applied researches in practice of leading scientific schools*, no. 28(4), pp. 86-91 [in English].

Анотація.

Прокопенко О.В. Менеджмент як система управління для забезпечення стратегічного розвитку підприємств.

В статті проведено дослідження менеджменту як системи управління для забезпечення стратегічного розвитку підприємств з одночасним виокремленням функціоналу, який на різних рівнях має особливості запровадження до організаційної системи чи управлінської складової діяльності підприємств. Формування системи менеджменту підприємств слід розглядати через призму організаційної складової з одночасним поєднанням визначеного функціоналу в системі забезпечення стратегічного управління підприємства. При чому окремі функції слід більшою мірою застосовувати на рівні підрозділів для більш ефективного їх подальшого залучення до ринкової діяльності підприємства. Одночасно функціонування системи менеджменту підприємств має свої ризики, як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру, які з'являються в різних умовах (організаційної чи виробничо-комерційної діяльності підприємства, а також при формуванні механізмів стратегічного управління при виході на різні ринки). Визначено, що основною метою пристосування системи менеджменту до стратегічного управління підприємством є забезпечення його конкурентоспроможного розвитку та формування більш результативних стратегій для отримання найбільших кінцевих економічних результатів.

Ключові слова: менеджмент, організаційна структура, системи управління, ринкова діяльність, конкурентні переваги, конкурентоспроможність, ефективність, результативність, підприємство.

Аннотация.

Прокопенко О.В. Менеджмент как система управления для обеспечения стратегического развития предприятий.

В статье проведено исследование менеджмента как системы управления для обеспечения стратегического развития предприятий с одновременным выделением функционала, который на разных уровнях имеет особенности внедрения в организационной системы или управленческой составляющей деятельности предприятий. Формирование системы менеджмента предприятий следует рассматривать через призму организационной составляющей с одновременным сочетанием определенного функционала в системе обеспечения стратегического управления предприятия. Причем отдельные функции следует в большей степени применять на уровне подразделений для более эффективного их дальнейшего привлечения к рыночной деятельности предприятия. Одновременно функционирования системы менеджмента предприятий имеет свои риски, как объективного, так и субъективного характера, которые появляются в различных условиях (организационной или производственно-коммерческой деятельности предприятия, а также при формировании механизмов стратегического управления при выходе на различные рынки). Определено, что основной целью приспособления системы менеджмента к стратегическому управлению предприятием является обеспечение его конкурентоспособного развития и формирования более результативных стратегий для получения самых конечных экономических результатов.

Ключевые слова: менеджмент, организационная структура, системы управления, рыночная деятельность, конкурентные преимущества, конкурентоспособность, эффективность, результативность, предприятие.

Abstract.

Prokopenko O. V. Management as a management system to ensure the strategic development of enterprises.

The article deals with the study of management as a management system to ensure the strategic development of enterprises with the simultaneous separation of functionality, which at different levels has features of introduction to the organizational system or management component of the activity of enterprises. Formation of the enterprise management system should be considered through the lens of organizational component with simultaneous combination of certain functionality in the system of providing strategic management of the enterprise. Moreover, individual functions should be more applied at the level of units to more effectively involve them in the market activity of the enterprise. At the same time, the functioning of the enterprise management system has its risks, both objective and subjective, which appear in different conditions (organizational or production and commercial activity of the enterprise, as well as in the formation of mechanisms of strategic management in entering different markets). It is determined that the main purpose of adapting the management system to the strategic management of the enterprise is to ensure its competitive development and to formulate more effective strategies for obtaining the greatest final economic results.

Key words: management, organizational structure, management systems, market activity, competitive advantages, competitiveness, efficiency, efficiency, enterprise.

МАРКЕТИНГОВИЙ МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

*МАЙБОРОДА О.В., АСИСТЕНТ,
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ*

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах глобального загострення продовольчої кризи особливого науково-теоретичного і практичного значення набувають дослідження впливу управління на розвиток аграрного ринку й окремих його галузей як у світовому масштабі, так і на рівні окремих країн. Зазначене посилюється й тим, що на сучасному етапі розвитку економіки Україні аграрний ринок залишається визначальною частиною національного ринку. Важливим при цьому, серед складових аграрного ринку є ринок плодоовочевої продукції, який, на відміну від інших ринків, характеризується постійними змінами кон'юнктури в умовах глобалізаційних ринкових трансформацій.

Маркетингова та логістична діяльність на сучасному етапі є одними з найважливіших для забезпечення розвитку підприємств-суб'єктів плодоовочевого ринку. За особливих умов діяльності вказаних підприємств з метою формування та збереження довготривалих конкурентних переваг важливим завданням є формування ефективної системи управління. Тому важливим є використання новітніх підходів в системі управління, запровадження маркетингових та логістичних концепцій у формуванні результативних стратегій управління підприємствами-суб'єктами плодоовочевого ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми щодо управлінського наповнення та формування стратегій розвитку маркетингової та логістичної діяльності висвітлювали у наукових роботах такі вчені, як В. Андрійчук, О. Амосов, Л. Балабанова, О. Витвицька, П. Гайдуцький, В. Гудзь, А. Гуторов, Л. Дикань, С. Ілляшенко, О. Корнієцький, О. Красноручський, І. Крюкова, Ю. Лупенко, П. Макаренко, О. Мандич, К. Макконел, В. Ніценко, В. Павлова, В. Писаренко, М. Портер, М. Пугачов, В. Рудь, Н. Тарнавська, Р. Фатхутдінов, О. Ульянченко, Б. Язлюк, І. Яців та багатьох інших. Однак у більшості праць наводяться результати дослідження базових концепцій управління маркетинговою та логістичною діяльністю.

В існуючих наукових розробках досліджуються загальні питання стратегічного управління та збуту, не чітко визначено концептуальні основи стратегічного управління маркетинговою та логістичною діяльністю підприємств, не достатньо обґрунтованим залишається етапність та інструментарій проведення стратегічного аналізу маркетингової та логістичної діяльності підприємств-суб'єктів плодоовочевого ринку.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає у визначенні суті, змісту, функцій і інструментарію досліджуваного питання, а також дослідження проблеми формування маркетингового механізму підвищення ефективності виробництва плодоовочевої продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз сучасного стану попиту та пропозиції на плодоовочевому ринку як внутрішньому так і зовнішньому є необхідною передумовою формування ефективної системи управління маркетинговою та логістичною діяльністю в цій галузі. Адже стан кон'юнктури на ринку плодоовочевої продукції зумовлює переливання капіталу та переміщення ресурсів між галузями та регіонами, впливає на рівень і динаміку цін і, отже, є ключовим чинником формування доходів виробників.

Україна входить у першу шістку світових лідерів за валовим виробництвом плодоовочевої продукції (табл. 1). За показниками виробництва плодоовочевої продукції у розрахунку на одну людину за рік Україна (194 кг) випереджає США, Польщу, Францію, Російську Федерацію та Болгарію [3, с. 264]. Однак за рівнем урожайності серед 20-ти передових країн світу Україна посідає лише 15-те місце.

Встановлено, що на сьогодні Україна за рейтингом глобальної конкурентоспроможності займає 78 місце [4], що зумовлює принципову постановку питання: яка роль відводиться вітчизняному овочепродуктовому підкомплексу та який характер його світового розвитку, тобто реальний рівень ефективності. За прогнозом ООН населення нашої планети щорічно зростає на 90 млн. чол. і до 2025 року підвищиться до 7,9 млрд осіб, а у 2050 році сягатиме 9,3 млрд людей. При цьому, частка населення за віком старше 65 років, яка буде тільки споживацькою, становитиме у 2050 році 21 % проти 10 % у 2000 році. Якщо у 1950 році коефіцієнт демографічної підтримки (кількість працездатного населення віком від 15-64 роки на одного пенсіонера) становив 12, то у 2050 році він становитиме лише 4, тобто цей показник зменшиться у 3 рази.

Таблиця 1

**Виробництво і урожайність плодоовочевої продукції
у різних країнах світу**

Країни	Роки						Виробництво на 1 особу, кг	
	1990		2000		середнє за 2015-2017			
	валовий збір, млн. т	урожайність, т/га	валовий збір, млн. т	урожайність, т/га	валовий збір, млн. т	урожайність, т/га	1990 р.	Середнє за 2015- 2017 рр.
Греція	3,9	27,2	4,3	29,6	3,6	29,0	381	380
Китай	128,3	17,7	328,8	18,9	471,6	20,3	111	321
Іспанія	11,5	23,0	12,1	31,2	12,7	33,8	293	316
Італія	14,1	22,8	16,4	27,2	13,6	26,9	249	285
Нідерланди	3,5	53,1	3,6	49,6	4,3	52,3	235	262
Білорусь	н.д.		1,4	14,1	2,1	20,9		207
Угорщина	2	11,7	1,5	16,8	1,7	19,9	190	205
Румунія	2,7	9,5	3,1	10,9	3,2	13,4	118	203
Україна	7,5	13,4	6,2	10,3	9,4	18,8	144	194
США	31,3	23,5	38,4	27,0	38,9	28,2	123	152
РФ			13	13,4	16,5	16,4		130
Польща	5,7	22,5	5,9	23,0	5,6	23,9	150	148
Франція	7,5	16,3	9	18,8	5,7	18,9	132	147
Болгарія	1,9	16,0	1,4	9,2	0,6	10,5	212	125
Канада	2,2	19,6	2,3	21,0	2,4	23,9	78	80
Німеччина	2,7	22,5	3,9	30,2	3,4	32,3	44	77
Австрія	0,3	29,7	0,5	38,4	0,5	39,8	45	68
В. Британія	3,6	21,0	3	23,7	2,4	21,6	63	44

Джерело: розраховано автором за даними Мінагрополітики і продовольства України [7]

Маркетингові дослідження національного ринку овочевої продукції дозволили встановити, що для ведення овочевого бізнесу Україна має значні резерви. Згідно з інформацією державного комітету статистики України, валовий збір овоче-бапшанної продукції у 2017 році сягнув майже 11 млн т, у т.ч. овочів з відкритого ґрунту – 9,6 млн т, із захищеного ґрунту – 0,4 і бапшанних продовольчих культур – 0,8 млн т. Валові збори основних овочевих культур у 2017 році порівняно з 2000 роком зросли на 79 % за рахунок підвищення рівня урожайності на 84 % при одночасному зниженні посівних площ на 2,5 %.

Абсолютні показники валових зборів 2017 року – найбільші за всю історію існування овочівництва. У поточному році несприятливі погодні умови сповільнили темпи збирання врожаю, обумовили його додаткові втрати та зменшення посівних площ під овочами відкритого ґрунту до 500 тис. га. Станом на 1 листопада 2013 року було зібрано біля 9,3 млн. тонн овочів, що на 7 % нижче попереднього року. Наведені цифри свідчать про те, що галузь овочівництва розвивається в останній час інтенсивно, обсяги виробництва продукції зростають за рахунок росту урожайності посівів, що вимагає постійних інвестицій у цю галузь.

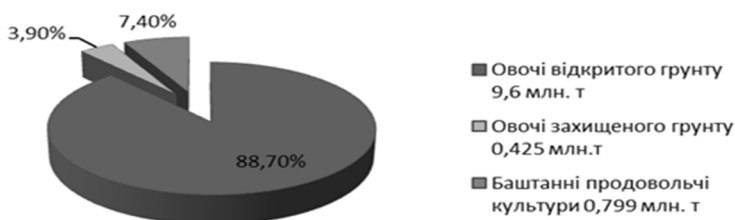


Рис. 1. Структура виробництва овочевої продукції в Україні, 2017 р.

Асортимент овочевої продукції в середньому за останні три роки представлено основними видами: овочі відкритого і захищеного ґрунту – 9,3 млн. тонн та баштанні культури – 759,5 тис. тонн. Дані таблиці свідчать, що овочів відкритого ґрунту майже за всіма позиціями вироблено понад норму, із захищеного ґрунту – на 87,7 %, а баштанних продовольчих культур – на 61,2 %. Частка овочів відкритого ґрунту в загальній структурі овочевого ринку складає 89 %, захищеного – 4,2 та баштанних культур – 7,1 % (рис. 1).

Найбільшу частку овочевого ринку у 2017 р. займали томати – 21 %, капуста – 17,9 %, цибуля – 10,4 %, огірки – 9,5 %, морква та буряк – по 8 %, гарбузи столові – 6 %, кабачки – 5 % та решта овочевих культур. У 2017 році відбулося перенасичення ринку, тому частина овочевої продукції не знаходила збуту. Пропозиція на внутрішньому ринку у 2017 р. на 85 % була сформована за рахунок господарств населення, що призвело до обмеження асортименту, реалізації на стихійних ринках, значних сезонних коливань цін та обсягів продажу [1].

Необхідність впливу держави на ринковий механізм нині не викликає сумнівів. Державне регулювання ринку має бути спрямоване на створення конкурентного середовища, захист прав власності суб'єктів ринкових відносин, формування ринкової інфраструктури та підтримання довготривалої ринкової рівноваги. Процес досягнення цих цілей вимагає від держави використання певних заходів, які поділяють на правові, інституційні, адміністративні та економічні.

На формування збутової політики виробників плодоовочевої продукції мають вплив й інші фактори. Від зміни їх кількісних параметрів (окремо чи в сукупності) залежить управління маркетинговою та логістичною діяльністю для кожного окремого суб'єкта господарювання. Недосконалість, невизначеність нормативної бази землекористування, податкової і фінансово-кредитної системи товаровиробники вважають фундаментальними факторами ризику.

Найбільшою проблемою виробників плодоовочевої продукції залишається нерозвиненість каналів реалізації сільськогосподарської продукції, що негативно відбивається на формуванні стабільної цінової ситуації та прибутковості ведення агробізнесу. При цьому спрямування товаропотоків до комерційних каналів збуту з непрозорими умовами купівлі/продажу, визначення якості продукції та цін призводить до значних фінансових втрат виробників.

Важливим елементом інфраструктури аграрного ринку є агрологістика, яка є одним із основних джерел зниження витрат у сільському господарстві в частині координації та інтеграції процесів управління постачанням сировини, її переробкою та доведенням готової продукції до споживача.

На сьогодні логістична інфраструктура в Україні не відповідає потребам ринку. Стрімке нарощування обсягів виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції потребує розбудови логістичних центрів, складських приміщень, елеваторів, розвитку транспортної мережі й інших інфраструктурних об'єктів аграрного сектору. Так, у 2017 р. порівняно з 2010 р. збільшилось виробництво плодоовочевої продукції у господарствах усіх категорій, зокрема: картоплі – на 21,1 %; овочевих культур – на 20,2 %; плодових та ягідних культур – на 25,6 %; винограду – на 38,4 %. При цьому валовий збір овочів та фруктів зростає попри зменшення посівних площ та площ насаджень завдяки підвищенню врожайності цих культур. Цьому сприяє використання високопродуктивних сортів і гібридів сільськогосподарських культур, ефективних хімічних засобів захисту рослин, сучасних ресурсозберігаючих систем зрошення.

Виробництво овочів у фермерських господарствах й надалі збільшуватиметься, але відсутність каналів реалізації цієї продукції та неможливість її тривалого зберігання здатні загальмувати позитивні зрушення у цьому напрямку. Вкрай негативним є факт, що певна частка вирощених овочів у фермерських господарствах використовується на годівлю тваринам або псується.

Через неефективну логістику агросектор зазнає суттєвих втрат. Так, технічні втрати зерна через проблеми з перевезенням і зберіганням сягають 15 % від річного врожаю, вони загалом становлять до кількох мільйонів тонн. Водночас втрати зерна в країнах Європи та в США становлять лише 1-2 % річного врожаю. Втрати сільськогосподарської сировини під час її руху від виробника до споживача становлять 30-50 %, тоді як у Голландії ця цифра дорівнює 10 %. У цілому ж втрати продукції вітчизняного агровиробництва через неефективну логістику досягають третини від річного обсягу виробництва продукції.

Висновки. Отже, головним чинником підвищення ефективності плодоовочевого підкомплексу має стати добре налагоджений маркетинг. Так, умовою ефективної маркетингової діяльності є визначення рівноваги між маркетинговими цілями й маркетинговими можливостями і ресурсами господарств, тобто ефективне маркетингове планування. В основу його слід покласти органічне поєднання виробництва, задоволення потреб споживачів і розвиток підприємства. Оптимізація планування маркетингової діяльності в сільськогосподарських підприємствах забезпечить підвищення обсягів реалізації продукції та збільшить прибутки підприємства, а це у свою чергу дає змогу підприємству збільшити витрати на маркетинг, а в результаті, за умови його ефективного використання, підвищити прибутки підприємства загалом.

Література.

1. **Балюк С.А., Лісовий М.В., Захарова М.А., Анісімова О.В., Вітанов О.Д., Рудь В.П., Кіях О.О.** Пріоритетні напрями розвитку овочівництва і багаторічного садівництва в Україні. *Вісник аграрної науки*. 2012. № 2. С. 7-11.
2. **Дайан А., Букерель Ф., Ланкар Р.** и др. Академия рынка: маркетинг / науч. ред. А.Г. Худокормов; пер. с фр. — М.: Экономика, 1993. 557 с.
3. **Власов В.І.** Використання земельних ресурсів у країнах — основних виробниках сільськогосподарської продукції. *Економіка АПК*. 2007. №4. С. 152-154.
4. **Контурова С.М.** Головні чинники і наслідки розвитку економіки України в умовах глобалізації. *Актуальні проблеми економіки*. 2006. № 12(66). С. 91-97.

5. **Рудь В.П.** Проблеми розвитку овочового ринку в Україні. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Економічні науки*. 2009. Вип. 84. С. 260-268.

6. **Рудь В.П., Кіях О.О.** Сучасний стан галузі овочівництва та перспективи розвитку. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, серія «Економічні науки»*. 2011. № 3. С. 146-155.

7. **Саблук П.Т., Калієв Г.А.** та ін. Світове та регіональне виробництво аграрної продукції: монографія. К.: ННЦ ІАЕ, 2008. 210 с.

8. **Яровой Г.И., Рудь В.П.** Перспективы украинского овощеводства в контексте мировых тенденций. *Овощеводство*. 2008. № 4. С. 8-11.

References.

1. **Balyuk S.A., Lisovyy M.V., Zakharova M.A., Anisimova O.V., Vitanov O.D., Rud' V.P., & Kiyakh O.O.** (2012). Priorytetni napryamy rozvytku ovochivnytstva i bashtannytstva v Ukrayini [Priority directions of vegetable and melon development in Ukraine]. *Visnyk ahrarynoyi nauky – Bulletin of agrarian science*, no. 2, pp. 7-11 [in Ukrainian].

2. **Dayan A., Bukerel' F., Lankar R.** et al. (1993). *Akademiya rynku: marketing [Market Academy: marketing]*. **A.G. Khudokormov** (Ed.). (Trans). Moscow: Ekonomika, p. 557 [in Russian].

3. **Vlasov V.I.** (2007). Vykorystannya zemel'nykh resursiv u krayinakh – osnovnykh vyrobnykakh sil's'kohospodars'koyi produktsiyi [Land use in countries that are major producers of agricultural products]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, no. 4, pp. 152-154 [in Ukrainian].

4. **Konturova S.M.** (2006). Holovni chynnyky i naslidky rozvytku ekonomiky Ukrayiny v umovakh hlobalizatsiyi [Main factors and consequences of development of economy of Ukraine in the conditions of globalization]. *Aktual'ni problemy ekonomiky – Current problems of the economy*, no. 12(66), pp. 91-97 [in Ukrainian].

5. **Rud' V.P.** (2009). Problemy rozvytku ovochevoho rynku v Ukrayini [Problems of vegetable market development in Ukraine]. *Visnyk KHNAU im. V.V. Dokuchayeva. Ekonomichni nauky – Bulletin of KhNAU them. V.V. Dokuchaev. Economic sciences*, Issue. 84, pp. 260-268 [in Ukrainian].

6. **Rud' V.P., & Kiyakh O.O.** (2011). Suchasnyy stan haluzi ovochivnytstva ta perspektivy rozvytku [Current state of the vegetable industry and development prospects]. *Visnyk KHNAU im. V.V. Dokuchayeva, seriya «Ekonomichni nauky» – Bulletin of KhNAU them. V.V. Dokuchaev, series «Economic Sciences»*, no. 3, pp. 146-155 [in Ukrainian].

7. **Sabluk P.T., & Kaliyev H.A.** et al. (2008). *Svitove ta rehional'ne vyrobnytstvo ahrarynoyi produktsiyi [World and regional agricultural production]*. Kyiv: NNTS IAE, p. 210 [in Ukrainian].

8. **Yarovoy G.I., & Rud' V.P.** (2008). Perspektivy ukrainskogo ovoshchevodstva v kontekste mirovykh tendentsiy [Prospects for Ukrainian vegetable growing in the context of global trends]. *Ovoshchevodstvo – Vegetable growing*, no. 4, pp. 8-11 [in Russian].

Анотація.

Майборода О.В. Маркетинговий механізм підвищення ефективності виробництва плодовоовочевої продукції в аграрних підприємствах.

В статті проводиться аналіз сучасного стану попиту і пропозиції на зовнішньому та внутрішньому ринку плодовоовочевої продукції. Розглядаються фактори впливу на ефективність функціонування підприємств-суб'єктів плодовоовочевого ринку. Виокремлено агрологістику, як основне джерело зниження витрат виробників плодовоовочевої продукції. Автором доведено, що основним чинником підвищення ефективності плодовоовочевого підкомплексу має стати добре налагоджений маркетинг, оптимізація планування маркетингової діяльності дасть змогу збільшити прибутки підприємства за рахунок збільшення обсягів реалізації продукції.

Ключові слова: Маркетингова діяльність, плодовоовочева продукція, плодовоовочевий ринок, агрологістика, логістична діяльність, аграрне підприємство.

Аннотация.

Майборода Е.В. Маркетинговый механизм повышения эффективности производства плодовоовощной продукции в аграрных предприятиях.

В статье проводится анализ современного состояния спроса и предложения на внешнем и внутреннем рынке плодовоовощной продукции. Рассматриваются факторы, влияющие на эффективность функционирования предприятий-субъектов плодовоовощного рынка. Выделены агрологистики, как основной источник снижения затрат производителей плодовоовощной продукции. Автором доказано, что основным фактором повышения эффективности плодовоовощного подкомплекса должна стать хорошо отлаженный маркетинг, оптимизация планирования маркетинговой деятельности позволит увеличить прибыль предприятия за счет увеличения объемов реализации продукции.

Ключевые слова: Маркетинговая деятельность, плодовоовощная продукция, плодовоовощной рынок, агрологистика, логистическая деятельность, аграрное предприятие.

Abstract.

Maiboroda O. V. Marketing mechanism for increasing the efficiency of production of fruit and vegetable products in agricultural enterprises.

The article analyzes the current state of supply and demand in the foreign and domestic markets for fruit and vegetables. Factors of influence on efficiency of functioning of the enterprises-subjects of the fruit and vegetable market are considered. Agrologistics has been singled out as the main source of cost reduction for producers of fruit and vegetable products. The author has proved that the main factor of increasing the efficiency of fruit and vegetable subcomplex should be well-established marketing, optimization of planning of marketing activity will allow to increase the profits of the enterprise by increasing the volume of sales of products.

Key words: Marketing activity, fruit and vegetable products, fruit and vegetable market, agro-logistics, logistic activity, agricultural enterprise.

РОЛЬ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ У ФОРМУВАННІ ДОХОДІВ БЮДЖЕТУ ТА ЙОГО ЕФЕКТИВНІСТЬ

***СТЕПАНЕНКО С.В., К.Е.Н., СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ***

Постановка завдання у загальному вигляді. Податки виступають одним із найважливіших питань як сфери публічних фінансів, так і державного управління в цілому. Існування держави як національного інституту можливе лише за рахунок податків. Їх виникнення пов'язано, в першу чергу, із потребою в утриманні війська та безпосередньо монархів. Еволюція податків спостерігається паралельно з розвитком суспільства. В реаліях сьогодення вони виконують ряд функцій, де регулююча та фіскальна виступають домінуючими. Податок на додану вартість (далі – ПДВ) як основний бюджетоутворюючий податок в більшості реалізовує саме фіскальну функцію: близько 55 % податкових надходжень приходить на оподаткування споживання, де безпосередньо ПДВ складає 73% [1]. Його вирішальна роль у формуванні бюджету вимагає здійснення постійного моніторингу рівня його ефективності та вдосконалення методів адміністрування. Особливої гостроти це питання набуває у зв'язку із структурою його надходжень: превалювання доходів від імпорту через значні обсяги відшкодувань вітчизняним виробникам по експорту продукції ставить під сумнів його результативність, так як в цілому платниками цього податку виступають пересічні громадяни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями дослідження змісту ПДВ, його перевагами та недоліками, рівнем ефективності, визначенням ролі у формуванні бюджету та внутрішнього валового продукту займалися такі дослідники як: В. Валігура, В. Горин, В. Мазярчук, Н. Малініна, А. Паскалова, Ж. Піскова, Ю. Сибірянська, І. Таранов, Ю. Турянський, М. Слатвінська, О. Оксенюк, В. Кальчевський, П. Кулик тощо.

Формування цілей статті. Мета дослідження полягає у визначенні ролі ПДВ у формуванні бюджету України та визначенні його ефективності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вперше опис механізму дії ПДВ була запропонована французьким спеціалістом Морісом Лоре у 1954 році як альтернативу податку з обігу та податку з продажу. Через 13 років його ввели в Данії, через рік – в Німеччині та самій Франції, ще через рік – у Нідерландах та Швеції. Зараз він справляється більш ніж у 140 країнах світу. В Україні цей податок було впроваджено 1 січня 1992 р. відповідно до закону «Про податок на добавлену вартість», після якого цей податок регулювався рядом нормативних актів, а наразі податковим кодексом України від 02.12.2010 [2]. Стандартна ставка ПДВ складає 20 %, для лікарських засобів медичних виробів та обладнання спеціального призначення вона становить 7 %. Нульова ставка застосовується для вивезення товарів за межі митної території України: у митному режимі експорту, у митному режимі реекспорту, якщо товари поміщені у такий режим відповідно до пунктів 3 (щодо товарів у вигляді продуктів їх переробки) та 5 частини першої статті 86 Митного кодексу України, у митному режимі безмитної торгівлі, у митному режимі вільної митної зони та в інших умовах, які регулюються статтею 195 п. 1 Податкового кодексу України. Як відомо реалізація нульової ставки передбачає бюджетне відшкодування ПДВ.

Досвід адміністрування ПДВ дозволяє виокремити його переваги та недоліки [3]: до переваг відносять регулювання цін, стабільний дохід держави, порівняна простота стягування, спроможність реалізації взаємної перевірки платників з боку контролюючих органів; серед недоліків розглядається його роль як гальма розвитку виробництва, каталізатора інфляції, чинник соціальної несправедливості (він не залежить від рівня платоспроможності платника) та шахрайства пов'язаного з тіньовою економікою та корупційними схемами щодо отримання відшкодування з бюджету. Розгляд ПДВ як регулятора є дискусійним, так як фактично існує обмежене коло товарів, ціна яких відрізняється в залежності від ставок податку. Тож ефект регулювання є незначним, адже фактично всі товари збільшуються у вартості на однакову частку. Також простота стягування викликає певні питання – його адміністрування вимагає ведення реєстру в системі електронного адміністрування ПДВ, де фіксуються всі транзакції. Відносно тіньової економіки та корупційних схем відшкодування, варто наголосити, що здійснення комерційної діяльності без сплати податків є результатом функціонування економічної системи нашої держави, яка виступає її

найголовнішою системною «вадою», і відповідно недоотримання ПДВ через несплату цього податку окремими суб'єктами виступає, в більшій мірі, наслідком чим недоліком. Відносно шахрайства із відшкодуванням, зауважимо, що введення системи електронного адміністрування ПДВ є важливим кроком в забезпеченні прозорості, підвищення ступеню контрольованості і спрощення отримання повернення з бюджету для добросовісних платників. Основним недоліком варто визнати тягар цього не прямого податку, який сплачується громадянами в сумі кінцевої вартості товару.

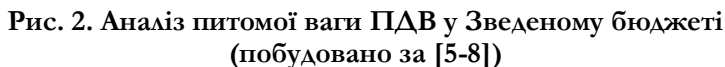
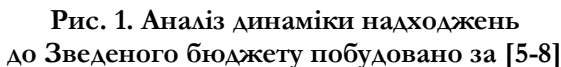
Податок на додану вартість є одним із декількох непрямих податків, до яких крім нього відноситься акцизний збір та мито. За останні роки непрямі податки у доходах зведеного бюджету формували від 45,7 % (2016 рік) до 42,1 % (2018 рік), перевищуючи долю прямих в середньому на 5-7 %. Лише у 2018-му році їх ролі фактично вирівнялися: 41,2 % прямих до 42,1 % непрямих. Ця ситуація відрізняється від практики, яка склалася в розвинутих країнах, де загальна роль непрямих податків в доходах бюджету не перевищує 15%. Адміністрування непрямих податків, на відміну від управління процесом справляння прямих вимагає додаткових процедур, витрат (відносно обліку платників, подання звітності, маркування підакцизної продукції тощо) [4].

Загальна структура податкових і неподаткових надходжень у зведеному бюджеті надана на рис. 1.

Як видно з наведених даних роль ПДВ у формуванні зведеного бюджету залишається вирішальною на протязі всього досліджуваного періоду, а її частка складає (рис. 2) від 27,3 % у 2016 році до 32,62 % у 2018 році.

У порівнянні з іншим непрямим податком – акцизним – ПДВ перевищує його обсяг майже в 3 рази: у 2,95 у 2018 році. З іншого боку спостерігається тенденція до зростання ролі акцизного податку у порівнянні з ПДВ – в 2011 році ПДВ перевищував його у 3,85 рази.

Це свідчить, що темпи зростання надходжень від акцизного податку перевищують аналогічні показники з ПДВ. Значно важливішу роль у формуванні державного бюджету відіграє податок та збір на доходи фізичних осіб: у 2011 р. ПДВ перевищував його обсяг в 2,16 рази, а у 2018 р. – 1,63. Цю тенденцію з поміж інших варто вважати позитивною, так як зростання цього податку крім наповнення бюджету, частково відображає зростання добробуту населення.



Безпосередній аналіз ролі ПДВ у формуванні бюджету вимагає дослідження його структури та динаміки (рис. 3 та рис. 4). В цілому за досліджуваний період спостерігаються такі тенденції: з 2009-го по 2011 рік спостерігалася найбільше зростання за весь досліджуваний період, яке набуло піку у 2011 році; у 2012 році темпи значно знизилися, а у 2013 через соціально-політичну ситуацію в країні ПДВ скоротився на 7,7 % через скорочення ПДВ, отриманого від ввезених на територію України товарів. Поряд із помірним зростанням ПДВ від вітчизняних виробників спостерігалася значне збільшення бюджетного відшкодування. У 2014 р. тенденції змінилися на протилежні: це єдиний рік за досліджувану період, коли мало місце скорочення бюджетного відшкодування разом із виробленим в Україні ПДВ. Але зростання надходжень від імпорту забезпечили зростання ПДВ в цілому. З 2015 по 2017 рік всі показники відчутно зростали, а у 2018 р. незважаючи на позитивну динаміку її темпи значно зменшилися.

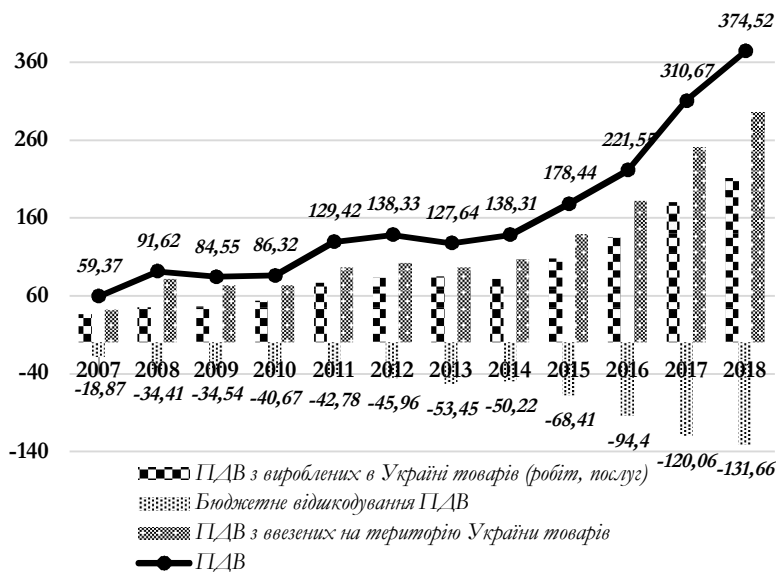


Рис. 3. Надходження ПДВ за структурою (побудовано за [5-8])

Ці результати було отримано завдяки введенню 7 % ставки на лікарські засоби, скасування спеціального режиму для сільськогосподарських виробників з 1 січня 2016 року, сплаті у 2018 р. НАК «Нафтогаз України» ПДВ за рішенням суду в обсязі 169,3 % [4].

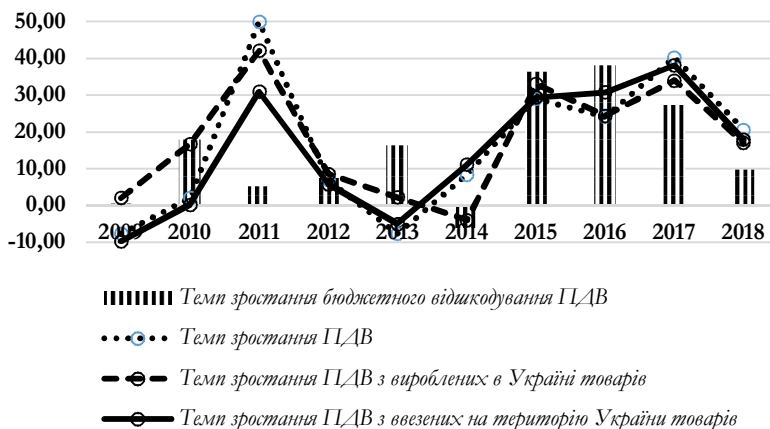


Рис. 4. Динаміка надходжень ПДВ за структурою (побудовано за [5-8])

Враховуючи, що сума ПДВ, яка фактично поступає до бюджету, складається з 2 компонентів: отриманого ПДВ від вироблених в Україні товарів (робіт і послуг) з врахуванням бюджетного відшкодування з ПДВ, та ПДВ від імпорту, фактично ключову роль в наповненні бюджету відіграють саме останні. За досліджуваний період їх питома вага в загальній структурі складала від 88,42 % у 2011 році до 73,45 % у 2012 році. Результат є найнегативнішим з усього аналізу податку на додану вартість, адже свідчить про залежність наповнення бюджету від імпорту на противагу низькій долі надходжень від вітчизняного виробництва. Для аналізу варто звернутися до структури отримувачів бюджетного відшкодування. За 2019 рік за попередніми даними лідерами за відшкодуванням ПДВ є: «Арселорміттал», ММК ім. Ілліча, Кернел-Трейд, Запоріжсталь, МК «Азовсталь», Нібулон, Сантрейд, Полтавський ГЗК, АТ Каргілл, ДМК. Серед цих підприємств переважають виробники сталі та прокату, а також потужні зернотрейдери. На жаль, останні не виступають безпосередньо виробниками продукції, а переважно виконують транспортно-логістичні функції, що завдяки існуючій недосконалій структурі законодавства (в розрізі відшкодування ПДВ) дозволяє отримувати їм ту саму «маржу» від експорту зернових культур, додана вартість створення якої належить іншим підприємствам. Недосконалість відшкодування стосується і експорту продукції із низькою долею доданою вартістю: руди, прокату тощо. Все це свідчить про недосконалість механізму стимулювання

експорту шляхом використання бюджетного відшкодування ПДВ, що вимагає більш ретельного аналізу суб'єктів його отримання, так як бюджет витрачає в середньому близько 11% своїх доходів на відшкодування при неповноцінному виконанні стимулюючої функції.

Загальний аналіз ефективності ПДВ вимагає розрахунку ряду коефіцієнтів: ефективна ставка ПДВ розраховується як відношення фактичних надходжень до кінцевих споживчих витрат домогосподарств [9]; ефективність ПДВ розраховується як співвідношення ефективної та базових ставок і відображає повноту реалізації фіскального потенціалу податку, яка залежить від пільг, ухилень, звільнень від оплати, тощо; коефіцієнт ефективності ПДВ розраховується як віднесення частки податку у ВВП до її стандартної ставки у відсотках [1, 10] (табл. 1).

Таблиця 1

Показники ефективності ПДВ

<i>Показники</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>
ВВП ¹	1300	1404,7	1465,2	1586,9	1988,5	2385,4	2983,9	3560,5
Питома вага ПДВ у ВВП	9,96	9,85	8,71	8,72	8,97	9,29	10,41	10,52
Кінцеві споживчі витрати домогосподарств, млн грн	858,9	950,2	1047,1	1120,8	1331,5	1569,7	1977,6	2431
Ефективна ставка ПДВ	15,07	14,56	12,19	12,34	13,40	14,11	15,71	15,41
Ефективність ПДВ	75,34	72,79	60,95	61,70	67,01	70,57	78,55	77,03
Коефіцієнт ефективності ПДВ у ВВП	49,78	49,24	43,56	43,58	44,87	46,44	52,06	52,59

¹ без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та з 2014 року – також без частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

Ефективна ставка ПДВ характеризує відносну ефективність його адміністрування. Найгірша ситуація спостерігалася у 2012-2013 роках, а останнім часом має місце позитивна тенденція, та відобразилась у відчутному зростанні показника. Позитивним варто визнати зростання ефективності ПДВ, значення якої знаходиться в діапазоні, близькому до розвинутих країн ОЕСР. Коефіцієнт ефективності ПДВ у ВВП свідчить про рівень віддачі національної економіки, а його зростання відображає поліпшення фіскальної ефективності податку.

Висновки. На основі проведеного аналізу було виявлено ряд ключових тенденцій, які відображають роль ПДВ у формуванні бюджету. Досліджуваний непрямий податок залишається бюджетотворюючим на протязі тривалого періоду, що обумовлює важливість та необхідність підвищення ефективності його справляння.

В структурі всіх інших надходжень до бюджету, незважаючи на незмінну питому вагу, його перевага над акцизним податком та податком на доходи фізичних осіб поступово зменшується. Перевага непрямих податків у структурі надходжень бюджету свідчить про його неефективність у порівнянні з провідними країнами з ринковою економікою. Відсутність диференціації ставок ПДВ, що є розповсюдженою практикою в європейських країнах, не сприяє реалізації регулюючої функції. Наразі тільки лікарські засоби та окреме медобладнання має пільгову ставку оподаткування. Неоднозначним є вплив податкових пільг: значний обсяг бюджетного відшкодування для експортерів та міжнародних перевізників (близько 10%) з бюджету не дозволяє досягати цільової функції: аграрії, які безпосередньо займаються вирощуванням продукції, яка становить лівову частку експорту, не отримують відшкодування в належному обсязі у порівнянні з транспортно-логістичними компаніями, що вимагає індивідуального розгляду відшкодування ПДВ для окремих суб'єктів. Це питання є особливо гострим в контексті низького обсягу доданої вартості в українському експорті, який на 70 % є сировинним. Залежність наповнення бюджету від ПДВ товарів, ввезених на територію України, свідчить про її імпортозалежність та слабкість для будь-яких зовнішніх потрясінь. Крім того недоотримання надходжень від ПДВ через контрабандну діяльність залишається невирішеним питанням. Серед позитивних тенденцій варто наголосити на зростанні всіх показників ефективності ПДВ. Таким чином, найбільш перспективними напрямками підвищення ефективності стягування податку на додану вартість в Україні як для наповнення бюджету, так і для реалізації регулюючої функції податку, є диференціація ставок на окремі групи товарів та індивідуальний підхід до бюджетного відшкодування для виробників за пільговими умовами.

Література.

1. **Слатвінська М.О.** Аналіз фінансової ефективності та регулюючої ролі податку на додану вартість. *Класичний приватний університет. Приазовський економічний вісник*. 2018. Випуск 1(06). С. 148-153.
2. Податковий Кодекс України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, № 13-14, № 15-16, № 17, ст.112.
3. **Ощепков О.П., Шкелу В.Ф.** Податок на додану вартість та його роль у формуванні доходів державного бюджету України. *Економіка харчової промисловості*. 2017. Т. 9, Вип. 4. С. 89-94.
4. **Сотніченко О.А.** Вдосконалення фінансової ефективності непрямих податків в Україні. URL: <http://journals.urau.net/tarp/article/download/171683/173624>

5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

6. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. URL: <http://www.sfs.gov.ua>.

7. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://www.mof.gov.ua/uk>

8. Офіційний сайт Державної казначейської служби України. URL: <https://www.treasury.gov.ua/ua>

9. **Грищенко О.** Ефективність податку на додану вартість в Україні. URL: <https://naub.ua.edu.ua/2018/%D0%B5%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C-%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%BA%D1%83-%D0%BD%D0%B0-%D0%B4%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D1%83-%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%82%D1%96/>

10. **Озерчук О.В.** Фіскальна ефективність непрямих податків в Україні. *Наукові праці НДФІ*. 2014. Вип. 2. С. 59-70.

References.

1. **Slavins'ka M.O.** (2018). Analiz fiskal'noyi efektyvnosti ta rehulyuyuchoyi roli podatku na dodanu vartist' [Analysis of fiscal efficiency and the regulatory role of value added tax]. *Klasychnyy pryvatnyy universytet. Pryazov's'ky ekonomichnyy visnyk – Classical private university. Azov Economic Bulletin*, Issue 1(06), pp. 148-153 [in Ukrainian].

2. Podatkovyy Kodeks Ukrayiny [The Tax Code of Ukraine]. *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny (VVR) – Bulletin of the Verkhovna Rada of Ukraine (BB)*, 2011, no. 13-14, no. 15-16, no. 17, p.112 [in Ukrainian].

3. **Oshchepkov O.P., & Shkepu V.F.** (2017). Podatok na dodanu vartist' ta yoho rol' u formuvanni dokhodiv derzhavnoho byudzhetu Ukrayiny [Value added tax and its role in the formation of the state budget revenues of Ukraine]. *Ekonomika kharchovoyi promyslovosti – Economics of the food industry*, Vol. 9, Issue. 4, pp. 89-94 [in Ukrainian].

4. **Sotnichenko O.A.** (n.d.). Vdoskonalennya fiskal'noyi efektyvnosti nepryamykh podatkiv v Ukrayini [Improving fiscal efficiency of indirect taxes in Ukraine]. *journals.urau.ua*. Retrieved from: <http://journals.urau.ua/tarp/article/download/171683/173624> [in Ukrainian].

5. Ofitsiynyy sayt Derzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrayiny [Official site of the State Statistics Service of Ukraine]. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].

6. Ofitsiynyy sayt Derzhavnoyi fiskal'noyi sluzhby Ukrayiny [Official site of the State Fiscal Service of Ukraine]. Retrieved from: <http://www.sfs.gov.ua> [in Ukrainian].

7. Ofitsiynyy sayt Ministerstva finansiv Ukrayiny [Official site of the Ministry of Finance of Ukraine]. Retrieved from: <https://www.mof.gov.ua/uk> [in Ukrainian].

8. Ofitsiynyy sayt Derzhavnoyi kaznacheys'koyi sluzhby Ukrayiny [Official site of the State Treasury Service of Ukraine]. Retrieved from: <https://www.treasury.gov.ua/ua> [in Ukrainian].

9. **Hrytsenyuk O.** (n.d.). Efektyvnist' podatku na dodanu vartist' v Ukraini [Efficiency of value added tax in Ukraine]. *naub.oa.edu.ua*. Retrieved from: <https://naub.oa.edu.ua/2018/%D0%B5%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C-%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%BA%D1%83-%D0%BD%D0%B0-%D0%B4%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D1%83-%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%82%D1%96/> [in Ukrainian].

10. **Ozerchuk O.V.** (2014). Fiskal'na efektyvnist' nepryamykh podatkov v Ukraini [Fiscal efficiency of indirect taxes in Ukraine]. *Naukovi prutsi NDFI – Scientific research works of the Institute*, Issue. 2, pp. 59-70 [in Ukrainian].

Анотація.

Степаненко С.В. Роль податку на додану вартість у формуванні доходів бюджету та його ефективність.

Стаття присвячена дослідженню податку на додану вартість, його функціям та ролі у формуванні бюджету. Розглянуті переваги та недоліки досліджуваного податку. Проаналізовано механізми нарахування ПДАВ. Проаналізована структура податкових надходжень до бюджету. Визначена роль ПДАВ у зведеному бюджеті України в динаміці. Здійснено аналіз структури надходжень за товарами, ввезеними на територію України, виробленими в Україні та бюджетним відшкодуванням. Розрахована динаміка надходжень ПДАВ за структурою. Розраховані показники ефективності ПДАВ. Розглянуто зміст та призначення податкових пільг, визначено їх ефективність. Запропоновані напрями підвищення ефективності стягування ПДАВ: диференціації податкових ставок для окремих груп товарів та індивідуальний підхід до суб'єктів в розрізі бюджетного відшкодування в залежності від обсягу створеної доданої вартості.

Ключові слова: непрямі податки, податок на додану вартість, бюджет, внутрішній валовий продукт, податкові пільги, відшкодування ПДАВ.

Аннотация.

Степаненко С.В. Роль налога на добавленную стоимость в формировании доходов бюджета и его эффективности.

Статья посвящена исследованию налога на добавленную стоимость, его функциям и роли в формировании бюджета. Рассмотрены преимущества и недостатки исследуемого налога. Проанализированы механизмы начисления НДС. Проанализирована структура налоговых поступлений в бюджет. Определена роль НДС в сводном бюджете Украины в динамике. Осуществлен анализ структуры поступлений по товарам, ввезенным на территорию Украины, произведенным в Украине и бюджетным возмещением. Рассчитана динамика поступлений НДС по структуре. Рассчитаны показатели эффективности НДС. Рассмотрены содержание и назначение налоговых льгот, определена их эффективность. Предложены направления повышения эффективности взимания НДС: дифференциация налоговых ставок для отдельных групп товаров и индивидуальный подход к субъектам в разрезе бюджетного возмещения в зависимости от объема созданной добавленной стоимости.

Ключевые слова: косвенные налоги, налог на добавленную стоимость, бюджет, внутренний валовый продукт, налоговые льготы, возмещения НДС.

Abstract.

Stepanenko S.V. The role of value added tax in the budget revenues formation and its effectiveness.

The article is devoted to the study of value added tax, its functions and role in budgeting. The advantages and disadvantages of the investigated tax are considered. The mechanisms for calculating VAT are analyzed. The structure of tax revenues to the budget is analyzed. A certain role of VAT in the consolidated budget of Ukraine in dynamics is analyzed. The structure analysis of receipts for goods imported into Ukraine, produced in Ukraine and budget compensation has been done. The dynamics of VAT revenues by structure is calculated. The VAT performance indicators have been calculated. The content and purpose of tax benefits are considered, their effectiveness is determined. The increasing directions the VAT collection efficiency are proposed: differentiation of tax rates for certain groups of goods and an individual approach to the entities in terms of budget compensation, depending on the amount of added value created.

Key words: indirect taxes, value added tax, budget, gross domestic product, tax benefits, VAT refunds.

УДК 338.43:631.11

ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ГОТОВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ ДО СТРАТЕГІЧНИХ ЗМІН

**ВЛАСЕНКО Т.А., К.Е.Н., СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Стратегічні зміни є одним із основних інструментів зростання ефективності функціонування підприємства в сьогоденних умовах, адже створюються позитивні передумови для підвищення якості управлінських рішень, які сприяють зростанню ефективності виробництва. У свою чергу, швидке зростання інтересу до стратегічних змін призводить до необхідності оцінювання готовності підприємства до їх здійснення та прогнозування економічної ефективності перетворення елементів системи. Тому, враховуючи необхідність гнучкого реагування на швидкоплинні ринкові чинники та відповідно важливість реалізації стратегічних змін на сучасних промислових підприємствах, особливого значення набувають концептуальні аспекти оцінки готовності підприємства до стратегічних змін.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам оцінки готовності підприємства до проведення змін присвятили свої наукові праці такі вчені, як: І. Адізес, Н. Беляєва, М. Буднік, О. Гусева, Л. Єрмоленко, О. Замішляєв, Д. Косн, П. Куліков, Н. Курилова, О. Сергієнко, М. Фасрман, Е. Фламгольц тощо. Але, незважаючи на велику кількість досліджень в частині організаційних перетворень у діяльності підприємств, більшість робіт в цій сфері концентрується на поєднанні різних способів застосування методів аналізу ефективності функціонування на основі певної сукупності коефіцієнтних показників.

Формулювання цілей статті. Мета дослідження полягає в визначенні рівня готовності підприємств сільськогосподарського машинобудування до стратегічних змін відповідно до розробленої методології.

Виклад основного матеріалу дослідження. В науковій літературі поняття «готовність» визначається як стан схильності суб'єкта до чого-небудь [1, с. 32]. Деякі вчені акцентують увагу, що готовність трактується як певна активність і відносять її до певної ситуації або умов [2, с. 77]. На сьогоднішній день існують також праці вчених, які займалися оцінкою і аналізом потенціалу підприємства, який доступний до використання. Наприклад, Н. Казакова в контексті визначення готовності займалася питаннями фінансового аналізу підприємства [3]. Російські вчені А. Калініна та Н. Войтоловський присвятили свої праці дослідженню діагностики та визначенню потенціалу підприємства [4]. Е. Волишнюк робив в своїх працях акцент на реалізації процесу диверсифікації та пропонував наступні вимоги: створення організаційної структури, що сприяє успішному виконання стратегії; формування або перегляд бюджетів; пов'язування системи винагород і стимулювання з виконанням стратегії на високому рівні і досягненням поставлених цілей; створення робочого оточення і корпоративної культури; забезпечення лідерства, необхідного для реалізації стратегії; встановлення відповідних процедур; введення найкращої практики і техніки для забезпечення постійного розвитку і вдосконалення [5].

Досить цікавою є точка зору стосовно визначення готовності підприємства до проведення змін В. Трубочанина та М. Мальчика, які запропонували наступну модель готовності підприємства до змін:

– аналіз організаційного потенціалу підприємства, який дозволяє оцінити ефективність роботи управлінського апарату підприємства;

– аналіз і дослідження використання основних засобів підприємства в динаміці. Критерієм даного етапу є позитивна тенденція ефективності використання «виробничого потенціалу», що буде вказувати на стабільний розвиток підприємства в процесі впливу чинників зовнішнього середовища;

– аналіз забезпеченості підприємства висококваліфікованим персоналом, який дозволить в разі потреби збільшити його завантаження або провести перекваліфікацію в найкоротші терміни;

– аналіз інвестиційного потенціалу підприємства, який є обов'язковим до проведення на випадок нестачі власних коштів підприємства і подальшого залучення сторонніх ресурсів;

– аналіз інноваційного потенціалу, який полягає в аналізі кількості впроваджених технологій, продуктів, раціоналізаторських пропозицій. Даний аналіз дозволяє дати оцінку, наскільки раціонально підприємство використовує свої можливості для розвитку [6].

Даний підхід до аналізу готовності підприємства до проведення змін можна вважати ефективним, але його недолік полягає в тому, що межі критеріїв оцінки визначені не досить чітко і вимагають подальшого опрацювання. Окрім цього, для проведення аналізу на більш конструктивному і високому рівні з урахуванням усіх особливостей підприємства необхідно більш точно визначити досліджувані показники.

Більш точний підхід до визначення оцінки готовності підприємства до змін пропонує А. Сергієнко. У своїй роботі [7] він розробив «індекс готовності підприємства до постановки системи стратегічного управління», який представлено 3-ма субіндексами – фінансові передумови, операційні передумови, стратегічні передумови. Перевагами даної моделі є закінченість і простота. В якості недоліку можна назвати обмеженість застосування: тільки для одного з видів змін – переходу на стратегічне управління.

Отже, важливим напрямом оцінки готовності підприємства до стратегічних змін також є визначення фінансової спроможності їх проведення, яку запропоновано визначати за допомогою методу доцільності витрат. Даний метод передбачає кількісну оцінку шляхом ідентифікації потенційних областей ризику. Використання даного методичного забезпечення дозволить не тільки оцінити фінансову стійкість підприємства, але й виявити його потенційні зони ризику. Поетапність використання методу аналізу доцільності витрат передбачає певну послідовність, яка детально представлена у табл. 1.

Таблиця 1

**Поетапність використання методу
аналізу доцільності витрат (узагальнено на основі [8])**

Етап	Розрахунок показника	Формули	Пояснення	
1. Аналіз показників фінансової стійкості	Надлишок або нестача власних оборотних коштів	$\begin{aligned} \pm OWC &= \\ &= WC - S \\ WC &= \\ &= SOF - I \end{aligned}$	WC – наявні власні оборотні кошти; S – загальна величина запасів і витрат; де SOF – джерела власних коштів; I – основні кошти і вкладення	
	Надлишок або нестача власних, довго- і середньострокових позикових коштів формування запасів і витрат		$\pm LTB = (WK + LMTB) - S$	LMTB - довго- і середньострокові позикові кошти
	Надлишок або нестача загальної величини основних джерел формування запасів і витрат		$\pm TMS = (WK + LMTB + SBF) - S$	де SBF – короткострокові кредити і позикові кошти
2. Визначення трикомпонентного показника фінансової стійкості	Розрахунок трикомпонентного показника фінансової стійкості	$FS = \{ FS(\pm OWC), FS(\pm LTB), FS(\pm TMS) \}$	$FS(x) = 1,$ якщо $x \geq 0$ $FS(x) = 0,$ якщо $x < 0$	
3. Обґрунтування області фінансової стійкості	Область абсолютної стійкості (підприємство має достатні обсяги власних коштів та характеризується відсутністю ризику інвестування коштів у персонал)		$FS = (1,1,1)$	якщо $\pm OWC \geq 0, \pm LTB \geq 0, \pm TMS \geq 0$
	Область нормальної стійкості (підприємство має можливість покривати основну частину витрат за рахунок власних коштів, тобто спостерігається низький рівень ризику інвестування коштів у персонал)		$FS \approx (1,1,1)$	якщо $\pm OWC \approx 0, \pm LTB \approx 0, \pm TMS \approx 0$
	Область нестійкого стану (підприємство має дефіцит джерел формування запасів і покриття витрат, його діяльність характеризується середнім рівнем ризику інвестування у персонал)		$FS = (0,1,1)$	якщо $\pm OWC < 0, \pm LTB \geq 0, \pm TMS \geq 0$
	Область критичного стану (підприємство через високий ступінь ризику інвестування у персонал має можливість не просто втратити прибуток, а й не покрити повністю своїх витрат)		$FS = (0,0,1)$	якщо $\pm OWC < 0, \pm \Delta < 0, \pm TMS \geq 0$
	Область кризового стану (підприємство знаходиться на межі банкрутства, тому ризик інвестування у персонал надвисокий)		$FS = (0,0,0)$	якщо $\pm OWC < 0, \pm LTB < 0, \pm TMS < 0$

Необхідно зазначити, що ідентифікація областей стійкості фінансового стану та визначення рівня фінансової спроможності проведення стратегічних змін були здійснені на 15 підприємствах сільського машинобудування за період з 2014 по 2018 роки. Результати розрахунку трикомпонентного показника подано в табл. 2.

Таблиця 2

**Результати розрахунку трикомпонентного показника
на досліджуваних підприємствах**

<i>Досліджувані підприємства</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>
1. ПАТ «Ельворті» (ПАТ «Червона зірка»)	(1,1,1)	(0,1,1)	(1,1,1)	(1,1,1)	(1,1,1)
2. ПАТ «Харківський тракторний завод»	(0,1,1)	(0,0,1)	(0,0,1)	(0,0,1)	(0,0,1)
3. ПАТ «Завод ім. Фрунзе»	(1,1,1)	(1,1,1)	(1,1,1)	(1,1,1)	(1,1,1)
4. ПАТ «ХЕЛЗ «Укрелектромаш»	(0,0,1)	(0,0,1)	(0,0,1)	(0,0,1)	(0,0,1)
5. ПАТ «Лозівський завод «Трактородеталь»	(0,0,0)	(0,0,0)	(0,0,0)	(0,0,1)	(0,0,1)
6. ПАТ «Завод агротехнічних машин»	(1,1,1)	(1,1,1)	(1,1,1)	(0,0,1)	(1,1,1)
7. ПАТ «Одеський завод сільськогосподарського машинобудування»	(0,1,1)	(0,1,1)	(0,1,1)	(0,0,1)	(0,1,1)
8. ПАТ «Ніжинський завод сільськогосподарського машинобудування»	(0,0,1)	(0,0,1)	(0,0,1)	(1,1,1)	(1,1,1)
9. ВАТ «Коломиясільмаш»	(1,1,1)	(0,0,1)	(0,0,1)	(0,0,1)	(0,0,1)
10. ВАТ «Чортківський завод «Агромаш»	(1,1,1)	(1,1,1)	(1,1,1)	(1,1,1)	(1,1,1)
11. ПАТ «Новоград-Волинський завод сільгоспмашин»	(1,1,1)	(1,1,1)	(1,1,1)	(1,1,1)	(0,0,1)
12. ПАТ «Хмільниксільмаш»	(0,0,1)	(1,1,1)	(1,1,1)	(0,0,1)	(0,0,1)
13. ПАТ «ЦИБУЛІВСІЛЬМАШ»	(1,1,1)	(1,1,1)	(1,1,1)	(1,1,1)	(1,1,1)
14. ПАТ «Вінницьке спеціалізоване підприємство «Ремтехсільмаш»	(1,1,1)	(1,1,1)	(1,1,1)	(0,0,1)	(1,1,1)
15. ПАТ «Рівнесільмаш»	(1,1,1)	(0,0,1)	(0,0,1)	(0,0,1)	(0,0,1)

Узагальнюючи отримані результати акцентуємо увагу на розподіленні досліджуваних підприємств переважно у трьох областях: області абсолютної стійкості фінансового стану, області нестійкого фінансового стану та області критичного фінансового стану. Так, до області абсолютної стійкості фінансового стану, якій відповідає висока фінансова спроможність проведення стратегічних змін, потрапили такі підприємства: ПАТ «Ельворті» (ПАТ «Червона зірка») (2014; 2016-2018); ПАТ «Завод ім. Фрунзе» (2014-2018); ПАТ «Завод агротехнічних машин» (2014-2016; 2018); ВАТ «Чортківський завод «Агромаш» (2014; 2016-2018), ПАТ «Новоград-Волинський завод сільгоспмашин» (2014-2017); ПАТ «ЦИБУЛІВСІЛЬМАШ» (2014-2018) та ПАТ «Вінницьке спеціалізоване підприємство «Ремтехсільмаш» (2014-2016; 2018).

До області нормальної стійкості фінансового стану потрапили ВАТ «Чортківський завод «Агромаш» (2015) та ПАТ «Хмільниксільмаш» (2015-2016). Отже, розподілення підприємств за наявною фінансовою спроможністю проведення стратегічних змін представлено в табл. 3.

До області нестійкого фінансового стану та відповідно середньою фінансовою спроможністю до проведення стратегічних змін за результатами проведеного аналізу увійшли: ПАТ «Ельворті»

(ПАТ «Червона зірка») (2015); ПАТ «Харківський тракторний завод» (2015-2018); ПАТ «Одеський завод сільськогосподарського машинобудування» (2014-2016; 2018). До області кризового стану потрапило тільки одне підприємство ПАТ «Лозівський завод «Трактородеталь» у 2014-2016 рр. Всі інші досліджувані підприємства сільського машинобудування потрапили до області з критичного фінансового стану та низькою фінансовою спроможністю до проведення стратегічних змін.

Таблиця 3

Розподілення підприємств за наявною фінансовою спроможністю проведення стратегічних змін

Підприємства	Рік	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Фінансова спроможність проведення стратегічних змін
Область кризового фінансового стану FS = (0,0,0)	2014				+												Дуже низька (0,01 – 0,2)
	2015				+												
	2016				+												
	2017																
	2018																
Область критичного фінансового стану FS = (0,0,1)	2014	+		+				+					+				Низька (0,21 – 0,4)
	2015			+				+	+							+	
	2016			+				+	+							+	
	2017			+	+	+	+		+				+		+	+	
	2018			+	+				+				+			+	
Область нестійкого фінансового стану FS = (0,1,1)	2014						+										Середня (0,41 – 0,6)
	2015	+	+				+										
	2016		+				+										
	2017		+														
	2018	+					+										
Область нормальної стійкості фінансового стану FS ≈ (1,1,1)	2014																Висока (0,61 – 0,8)
	2015										+		+				
	2016												+				
	2017																
	2018																
Область абсолютної стійкості фінансового стану FS = (1,1,1)	2014	+		+		+			+	+	+		+	+	+		Дуже висока (0,81–1)
	2015			+		+					+		+	+			
	2016	+		+		+				+	+		+	+			
	2017	+		+				+		+	+		+	+			
	2018	+		+		+		+		+	+		+	+			

Слід зазначити, що з метою діагностики організаційної культури було використано типологію, яка запропонована Д. Коулом [9, с. 49]. Він запропонував виділяти бюрократичну, органічну, підприємницьку, партисипативну та адхократичну культуру. Було проведено анкетування персоналу на досліджуваних підприємствах, яким з використанням 5-ти бальної шкали (5 – відповідає відповіді «так», 4 – відповіді «скоріше так, чим ні», 3 – «скоріше ні, чим так», 2 – «ні», 1 – «важко відповісти або не знаю») було запропоновано оцінити стан організаційної культури на підприємстві. Запропонована анкета включала 50 тверджень [10], які характеризували окремі елементи культури, а саме: напрямок діяльності підприємства, рішення поточних проблем підприємства, вирішення стратегічної проблеми на підприємстві, лідерство у колективі, трудові процеси на підприємстві, функції й відповідальність, керівництво підприємства, здійснення інтересів окремих людей вищим керівництвом, спілкування й комунікації, інформація й дані. У свою чергу, кожне твердження характеризувало певний тип культури.

Слід акцентувати увагу, що органічна культура розглядає кожного співробітника як самодостатній елемент, взаємодія з яким можлива лише за умови узгодження його інтересів з інтересами підприємства. Пояснюється це високим рівнем згуртованості на підприємстві, що визначає групову думку головним джерелом морального авторитету для членів трудового колективу.

Партисипативна культура орієнтована на взаємодію підлеглих і керівника у формуванні цілей і визначенні ресурсів для їх досягнення. При переважанні даного типу культури на підприємстві спостерігається: активна участь всіх членів колективу в аналізі проблем і перспектив; спільність ціннісних установок; наявність горизонтальних комунікацій між членами команди.

Бюрократична культура передбачає високий рівень офіційної регламентації діяльності персоналу. На підприємстві діє система формальних правил, чітких інструкцій та положень. Організаційна структура проектується в контексті забезпечення максимального зовнішнього контролю та нейтралізації можливих наслідків.

Підприємницька культура орієнтована на високу активність особистості у досягненні цілей, адже ініціатива персоналу є вирішальним фактором успіху підприємства. Адхократична культура передбачає динамічне й творче місце роботи, де працівники готові йти на ризик задля досягнення мети, а лідери вважаються новаторами.

В табл. 4 представлено переважання певного типу організаційної культури на досліджуваних підприємствах. Як видно, на більшості

підприємств переважає бюрократичний тип культури, що підтверджує наявність на підприємствах формальних, чітко структурованих правил, а бажання й інтереси окремих працівників підпорядковуються інтересам підприємства. Партисипативна культура спостерігається на ПАТ «Одеський завод сільськогосподарського машинобудування» та ПАТ «Ніжинський завод сільськогосподарського машинобудування», що вказує на розвинені горизонтальні комунікації між членами відділів, спостерігається достатньо активна участь всіх членів колективу в аналізі проблем і перспектив. Підприємствами з підприємницьким типом культури є ПАТ «Ельворті», ПАТ «Завод агротехнічних машин», ПАТ «ЦИБУЛІВСІЛЬМАШ» та ПАТ «Новоград-Волинський завод сільгоспмашин». Це свідчить про ініціативність працівників, врахування їх інтересів. Слід зазначити, що серед досліджуваних підприємств не виявлено переважаючого адхократичного типу культури.

Таблиця 4

**Переважання певного типу організаційної культури
на досліджуваних підприємствах**

<i>Досліджувані підприємства</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>
1. ПАТ «Ельворті» (ПАТ «Червона зірка»)	П	П	П	П	П
2. ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Оражонікідзе»	Б	Б	Б	Б	Б
3. ПАТ «Завод ім. Фрунзе»	О	О	О	О	О
4. ПАТ «ХЕЛЗ «Укрелектромаш»	Б	Б	Б	Б	Б
5. ПАТ «Лозівський завод «Трактородеталь»	Б	Б	Б	Б	Б
6. ПАТ «Завод агротехнічних машин»	П	П	П	П	П
7. ПАТ «Одеський завод сільськогосподарського машинобудування»	С	С	С	С	С
8. ПАТ «Ніжинський завод сільськогосподарського машинобудування»	С	С	С	С	С
9. ВАТ «Коломиясільмаш»	Б	Б	Б	Б	Б
10. ВАТ «Чортківський завод «Агромаш»	Б	Б	Б	Б	Б
11. ПАТ «Новоград-Волинський завод сільгоспмашин»	П	П	П	П	П
12. ПАТ «Хмільниксільмаш»	О	О	О	О	О
13. ПАТ «ЦИБУЛІВСІЛЬМАШ»	П	П	П	П	П
14. ПАТ «Вінницьке спеціалізоване підприємство «Ремтехсільмаш»	Б	Б	Б	Б	Б
15. ПАТ «Рівнесільмаш»	Б	Б	Б	Б	Б

Позначення: Б – бюрократична культура; С – партисипативна культура; О – органічна культура; П – підприємницька культура.

Висновки. Отже, рівень готовності підприємства до стратегічних змін відображає наскільки: персонал підприємства готовий до участі в реалізації обраного курсу змін (здатність до навчання, оволодіння новими знаннями та застосування їх на практиці); маневрним є капітал підприємства та мобільність активів, та як швидко підприємство зможе знайти і направити всі необхідні ресурси для змін ресурси; наскільки повним є технологічне забезпечення даного процесу; організаційна культура підприємства зорієнтована на «культуру змін». Якщо зазначені параметри мають високий рівень, то підприємство з високою ймовірністю зможе успішно реалізувати конкретні стратегічні зміни.

В результаті оцінювання було визначено рівні фінансової спроможності підприємств до проведення стратегічних змін, переважання певного типу організаційної культури на досліджуваних підприємствах, що разом з технологічним забезпеченням процесу стратегічних змін та готовністю персоналу до них дозволяють реалізовувати модель нечітких множин для встановлення досліджуваного рівня.

Література.

1. **Халитова И.В.** Организационная готовность к изменениям: социально-управленческие механизмы и технология управления. *Диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук*. Москва: Московский педагогический государственный университет. 2016. 222 с.

2. **Beig L., Mirian M., Ghazi T. & Kharrat M.** A Framework for the Assessment of Knowledge Management Readiness of an organization while transferring into a Learning Organization. *Passau, Germany, Proceedings of the 12th European Conference on Knowledge Management*. 2011. P. 74-87.

3. **Казакова Н.А.** Финансовый анализ: учебник и практикум. М.: Издательство Юрайт, 2015. 539 с.

4. Экономический анализ / под ред. **Н.В. Войтоловского, А.П. Калининной, И.И. Мазуровой**. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2017. 548 с.

5. **Волышнюк Е.М.** Особенности реализации стратегии диверсификации. СПб.: Питер, 2012. 184 с.

6. **Трубчанин В.В., Мальчик М.В.** Результаты анализа готовности предприятия к осуществлению диверсификации производства с учетом сегментации рынка. *Экономика промышленности*. 2014. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rezultaty-analiza-gotovnosti-predpriyatiya-k-osuschestvleniyu-diversifikatsii-proizvodstva/viewer>

7. **Сергиенко А.В.** Разработка методического инструментария оценки готовности оператора связи к стратегическому управлению на основе концепции системы сбалансированных показателей: *автореферат дис. ... кандидата экономических наук*. Москва: Московский педагогический государственный университет. 2012. 24 с.

8. **Клебанова Т.С., Мілов О.В., Мілевський С.В., Степурина С.О., Ястребова Г.С.** Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків. Харків: Вид. ХНЕУ, 2010. 273 с.

9. **Коул Дж.** Управление персоналом в современных организациях. М.: Вершина, 2004. 352 с.

10. **Власенко Т.А.** Управління стратегічними змінами підприємства: стратегії, механізми, системи. Харків: «Друкарня Мадрид», 2019. 406 с.

References.

1. **Khalitova I.V.** (2016). Organizatsionnaya gotovnost' k izmeneniyam: sotsial'no-upravlencheskiye mekhanizmy i tekhnologiya upravleniya [Organizational readiness for change: social and managerial mechanisms and management technology]. *The dissertation for the degree of candidate of sociological sciences*. Moscow: Moscow State Pedagogical University, p. 222 [in Russian].

2. **Beig L., Miriam M., Ghazi T. & Kharrat M.** (2011). A Framework for the Assessment of Knowledge Management Readiness of an organization while transferring into a Learning Organization. *Passau, Germany, Proceedings of the 12th European Conference on Knowledge Management*, pp. 74-87.

3. **Kazakova N.A.** (2015). *Finansovyy analiz* [Financial analysis]. Moscow: Izdatel'stvo Yurayt, p. 539 [in Russian].

4. **Voytolovskogo N.V., Kalininoy A.P., & Mazurovoy I.I.** (Eds.). (2017). *Ekonomicheskyy analiz* [Economic analysis]. 4d. ed. Moscow: Izdatel'stvo Yurayt, p. 548 [in Russian].

5. **Volnyshnok Ye.M.** (2012). *Osobennosti realizatsii strategii diversifikatsii* [Features of the implementation of the diversification strategy]. Saint Petersburg: Piter, p. 184 [in Russian].

6. **Trubchanin V.V., & Mal'chik M.V.** (2014). Rezul'taty analiza gotovnosti predpriyatiya k osushchestvleniyu diversifikatsii proizvodstva s uchetom segmentatsii rynka [The results of the analysis of the enterprise's readiness to diversify production taking into account market segmentation]. *Ekonomika promyshlennosti – Economics of industry*, no. 4. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/rezultaty-analiza-gotovnosti-predpriyatiya-k-osushchestvleniyu-diversifikatsii-proizvodstva/viewer> [in Russian].

7. **Sergiyenko A.V.** (2012). Razrabotka metodicheskogo instrumentariya otsenki gotovnosti operatora svyazi k strategicheskomu upravleniyu na osnove kontseptsii sistemy sbalansirovannykh pokazateley [Development of methodological tools for assessing the readiness of a telecom operator for strategic management based on the concept of a balanced scorecard]. *Abstract of thesis candidate of economic sciences*, Moscow: Moscow State Pedagogical University, p. 24 [in Russian].

8. **Klebanova T.S., Milov O.V., Milevs'kyy S.V., Stepurina S.O., Yastrebova H.S.** (2010). *Obgruntuvannya hospodars'kykh risheh' i otsinyuvannya ryzykiv* [Rationale for business decisions and risk assessment]. Kharkiv: Vyd. KHNEU, p. 273 [in Ukrainian].

9. **Koul Dzh.** (2004). *Upravleniye personalom v sovremennykh organizatsiyakh* [Personnel management in modern organizations]. Moscow: Vershina, p. 352 [in Russian].

10. **Vlasenko T.A.** (2019). *Upravlinnya stratezhichnyimi zminamy pidpryemstva: stratehiyi, mekhanizmy, systemy* [Management of strategic changes of the enterprise: strategies, mechanisms, systems]. Kharkiv: «Drukarnya Madryd», p. 406 [in Ukrainian].

Анотація.

Власенко Т.А. Оцінювання рівня готовності підприємств сільськогосподарського машинобудування до стратегічних змін.

Стаття присвячена оцінюванню рівня готовності досліджуваних вітчизняних підприємств сільськогосподарського машинобудування до реалізації стратегічних змін. Представлено узагальнення бачень поняття «готовність» та «готовність підприємства». Узагальнено існуючі моделі до оцінювання готовності підприємства до змін. Запропонована модель оцінювання яка ґрунтується на таких складових: рівень фінансової спроможності підприємств до проведення стратегічних змін, переважання певного типу організаційної культури на підприємстві, технологічне забезпечення процесу стратегічних змін, готовність персоналу до них. Проведено оцінювання досліджуваних підприємств за рівнем фінансової готовності та типом організаційної культури.

Ключові слова: підприємства сільськогосподарського машинобудування, організаційна культура, стратегічні зміни, готовність підприємства, фінансова спроможність.

Аннотация.

Власенко Т.А. Оценка уровня готовности предприятий сельскохозяйственного машиностроения к стратегическим изменениям.

Статья посвящена оценке уровня готовности исследуемых отечественных предприятий сельскохозяйственного машиностроения к реализации стратегических изменений. Представлены обобщения видений понятие «готовность» и «готовность предприятия». Обобщены существующие модели оценке готовности предприятия к изменениям. Предложена модель оценки, основанная на таких составляющих: уровень финансовой состоятельности предприятий по проведению стратегических изменений, преобладание определенного типа организационной культуры на предприятии, технологическое обеспечение процесса стратегических изменений, готовность персонала к ним. Проведена оценка исследуемых предприятий по уровню финансовой готовности и типом организационной культуры.

Ключевые слова: предприятия сельскохозяйственного машиностроения, организационная культура, стратегические изменения, готовность предприятия, финансовая состоятельность.

Abstract.

Vlasenko T.A. The assessment level of the agricultural engineering enterprises readiness for strategic changes.

The article is devoted to assessing the readiness level of the studied domestic agricultural engineering enterprises for the strategic change implementation. The visions generalizations of the concepts of “readiness” and “readiness of the enterprise” are presented. The existing models for assessing enterprise readiness for change are summarized. An assessment model is proposed based on such components: the level of enterprise financial viability for strategic changes, the certain type prevalence of organizational culture in the enterprise, technological support for the strategic changes process, and staff readiness for them. The studied enterprises were assessed by the financial readiness level and the organizational culture type.

Key words: agricultural engineering enterprises, organizational culture, strategic changes, enterprise readiness, financial viability.

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ЯК ОСНОВА ЗДІЙСНЕННЯ ЗБУТОВОЇ ТА ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

***ГАНЖУРЕНКО І.В., к.е.н.,
СТАРШИЙ НАУКОВИЙ СПІВРОБІТНИК,
ВІДДІЛ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ ІНСТИТУТУ ЕКОЛОГО-
ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НАНУ***

Постановка проблеми у загальному вигляді. Деякі підприємства обмежують стратегічне мислення управлінським апаратом, але, щоб бути ефективною, стратегія повинна ґрунтуватися на глибокому знанні ринку, а здійснення її вимагає відповідних планів проникнення на ринок, а також політики збуту, ціноутворення і реклами. Без цього навіть найкращий план має небагато шансів на успіх. Тому обрана організація маркетингу повинна за рахунок міжфункціональної координації забезпечити участь у процесі стратегічного маркетингу всіх рівнів фірми. У великих фірмах дуже ефективною виявилася товарна організація керування; у малих і середніх фірмах ті ж результати можна одержати шляхом створення тимчасових і періодичних структур, таких як групи стратегічного планування, що складаються з ключових менеджерів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основа теоретичного базису, присвяченого питанню маркетингових стратегій у діяльності підприємств, розкрита у працях таких закордонних науковців, як Діхтль Е., Хершген Х. [1], Макґрат Дж. [2], Волкер О., Бойд Х. [3] та інших. Серед вітчизняних науковців, які розкрили цей аспект у розрізі діяльності аграрних підприємств доцільно виділити Єранкіна О.О. [4], Красноручького О.О. [5, 6], Лозинську Т.М. [7] та Остапенка Р. М. [8], проте враховуючи наявний науковий доробок, а також сучасні умови, в яких функціонують підприємства. Дане питання залишається актуальним та потребує подальшого дослідження.

Формулювання цілей статті. Метою статті є узагальнення теоретико-практичних аспектів маркетингових стратегій у процесі здійснення збутової та логістичної діяльності аграрного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Маркетинг, особливо стратегічний, покликаний грати важливу економічну роль у ринковій системі господарства. Не тільки в зв'язку з тим, що він

забезпечує ефективне сполучення попиту та пропозиції, але і тому, що він запускає добродійний цикл економічного розвитку.

Стратегічний маркетинг є чинником економічної демократії, тому що він створює систему, що:

- 1) прислухається до голосу покупця,
- 2) орієнтує інвестиції і виробництво на потреби, що передбачаються,
- 3) враховує різноманітність потреб через сегментацію ринків,
- 4) стимулює інновації і підприємницьку діяльність.

У контексті даного дослідження поняття стратегії маркетингу пропонується визначити наступним чином: стратегія – це сукупність заходів, критеріїв, завдань і правил для прийняття рішень, які визначають та розкривають маркетингові цілі підприємства, призводять до розробки маркетингової програми, що спрямована на досягнення цих цілей шляхом реалізації обраної послідовності дій з метою укріплення конкурентних позицій підприємства в довгостроковій перспективі виходячи з оптимального використання ресурсів, якими воно володіє.

Розробка правильної стратегії маркетингу має дуже важливе значення для організації, технологій і розвитку бізнесу, тому саме це питання буде нами розглянуто в наступному підрозділі даної роботи.

Різні автори в своїх працях процес розробки маркетингової стратегії розглядають по-різному.

У процесі формування маркетингової стратегії можна виділити вхідні та вихідні елементи.

Вхідні елементи – це ті фактори, аналіз яких передусе розробленню маркетингової стратегії. Отже, йдеться про фактори маркетингового середовища (конкурентні позиції фірми, маркетингові можливості підприємства та інше) і цілі підприємства (підвищення обсягів збуту, підвищення ринкової частки, підвищення прибутку).

Вихідними елементами маркетингової стратегії є стратегічні рішення щодо маркетингового міксу, тобто комплексу компонентів маркетингу, який включає чотири складові – товар (якість, асортимент, упаковка, марка, сервісне обслуговування), ціну (її рівень і стратегія), збут (канали збуту, збутові системи) та просування (реклама, паблік рілейшнз, стимулювання збуту, особистий продаж).

Основне призначення маркетингової стратегії полягає в тому, щоб погодити маркетингові цілі підприємства з її можливостями, вимогами споживачів, використати слабкі позиції конкурентів та свої конкурентні переваги.

Маркетингові стратегії класифікують за такими ознаками:

1. Залежно від терміну їх реалізації: довгострокові; середньострокові; короткострокові.

2. Залежно від стратегії життєвого циклу товарів фірми: маркетингові стратегії на стадії впровадження товару на ринок; маркетингові стратегії на стадії росту; маркетингові стратегії на стадії насичення ринку; маркетингові стратегії на стадії спаду.

3. За станом ринкового попиту: стратегія конверсійного маркетингу; стратегія креативного маркетингу; стратегія стимулюючого маркетингу; стратегія синхромаркетингу; стратегія підтримуючого маркетингу; стратегія ремаркетингу; стратегія демаркетингу.

4. Залежно від загальноекономічного стану підприємства та її маркетингових спрямувань розрізняють три види базових маркетингових стратегій фірми: стратегія виживання; стратегія стабілізації; стратегія росту.

Стратегія виживання – виключно захисна стратегія, яка застосовується в умовах глибокої кризи економічної діяльності фірми, коли фірма перебуває на межі банкрутства. Основна мета цієї стратегії полягає у виході з кризового стану шляхом перегляду і перебудови всього маркетингового комплексу підприємства (товарної, цінової політики, системи товароруку та просування товарів).

Стратегія стабілізації використовується за умов швидкого або несподіваного падіння базових показників підприємства чи за умов, коли розвиток підприємства має коливальний характер. Ця стратегія передбачає вирівнювання показників з їхнім наступним підвищенням і перехід до стратегії росту.

Стратегія росту передбачає ріст обсягів продажу, прибутку, капіталу та інших показників фірми.

5. За елементами маркетингового комплексу: товарна стратегія; цінова стратегія; стратегія товарного руху; стратегія просування.

6. За ознакою конкурентних переваг: стратегія цінового лідерства; стратегія диференціації; стратегія фокусування (концентрації).

7. Залежно від виду диференціації: стратегія товарної диференціації; стратегія сервісної диференціації; стратегія іміджевої диференціації; стратегія кадрової диференціації.

8. Залежно від конкурентного становища підприємства та її маркетингових спрямувань: стратегії ринкового лідера; стратегії челенджерів; стратегії послідовників; стратегії ринкової ніші.

9. Залежно від співвідношення відносної ринкової частки підприємства та темпу росту її ринку збуту або залежно від

конкурентоспроможності СГП та привабливості його ринку збуту: стратегія розвитку; стратегія підтримання; стратегія збирання урожаю; стратегія елімінації.

10. Залежно від методу обрання цільового ринку: стратегія товарної спеціалізації; стратегія сегментної спеціалізації; стратегія односегментної концентрації; стратегія вибіркової спеціалізації; стратегія повного охоплення.

11. Залежно від ступеня сегментації ринків збуту фірми: стратегія недиференційованого (агрегованого) маркетингу; стратегія диференційованого маркетингу; стратегія концентрованого маркетингу.

Розглянемо докладніше деякі види стратегій. Отже, маркетингові стратегії росту, якщо підприємство займає стійкі ринкові позиції, стабільний розвиток і обирає за мету зростання обсягів збуту, ринкової частки прибутку та розширення масштабів своєї діяльності, то існують три стратегічні напрями досягнення цієї мети:

- інтенсифікація існуючих можливостей,
- об'єднання зусиль з іншими підприємствами,
- вихід в інші сфери бізнесу, які не пов'язані з основною діяльністю підприємства.

Відповідно до цих напрямів виділяють три основні види маркетингових стратегій росту (під поняттям «зростання» розуміють розширення масштабів діяльності, і в кінцевому підсумку – обсягів збуту та прибутку підприємства): інтенсивний (органічний) ріст, інтеграційний ріст, диверсифікаційний ріст.

Маркетингові стратегії росту використовуються в тих випадках, коли підприємство діє на перспективних ринках збуту, має певні конкретні переваги та/або здатне ефективно використати необхідні фактори успіху. Інтенсивний (або органічний) ріст передбачає збільшення обсягів продажу, ринкової частки та прибутку підприємства шляхом інтенсифікації його існуючих ресурсів.

Різновиди стратегії інтенсивного росту відтворені в матриці І. Ансоффа, яка має назву «товаринок». Ця матриця пропонує чотири стратегії росту залежно від комбінації двох факторів – товару і ринку.

Різновиди стратегії інтенсивного росту (стратегія глибокого проникнення на ринок, стратегія розвитку ринку та стратегія розвитку товару) відтворені відповідно у першому, другому і третьому квадратах матриці.

Четвертий квадрат матриці (стратегія диверсифікації) докорінно відрізняється від трьох попередніх, оскільки, за висловом І. Ансофа,

вимагає від підприємства нових навичок, технологій та можливостей. У результаті вона веде до змін у структурі підприємства та її бізнесі. Таким чином, четвертий квадрат матриці «товар – ринок» (диверсифікація) розглядається як самостійний, відокремлений напрям зростання підприємства, і буде розглянутий нами пізніше. Стратегія глибокого проникнення на ринок означає збільшення обсягів збуту та ринкової частки підприємства без зміни його товарно-ринкових позицій. Тобто підприємство намагається збільшити обсяг збуту, ринкову частку та прибуток за рахунок існуючих товарів на існуючих ринках збуту.

Стратегія глибокого проникнення на ринок може бути реалізована за двома основними напрямками:

- 1) шляхом підвищення обсягів збуту для існуючих споживачів підприємства на певному ринку збуту;
- 2) через залучення до товарів підприємства нових споживачів на існуючому ринку збуту.

Стратегія глибокого проникнення на ринок реалізується за допомогою таких засобів: активізація рекламної діяльності, застосування засобів стимулювання збуту, підвищення рівня сервісного обслуговування, зниження витрат виробництва і збуту.

Стратегія розвитку ринку (другий квадрат матриці «товар–ринок») означає адаптацію існуючих товарів підприємства до нових ринків збуту: підприємство виходить з існуючим товаром на новий ринок. Ця стратегія може бути реалізована за такими напрямками:

- 1) через залучення нових сегментів ринку до існуючого товару,
- 2) шляхом виходу на нові територіальні ринки збуту з існуючим товаром.

Стратегія розвитку товару означає модифікацію товару підприємства або його якісних параметрів (стилю, іміджу, розширення асортиментної лінії) для існуючого кола споживачів підприємства, тобто підприємство пропонує на існуючому ринку збуту вдосконалений товар або розширює його асортимент.

Маркетингові стратегії диверсифікації застосовуються в тому випадку, коли підприємство знаходить привабливі для себе можливості поза його бізнесом.

В окремих випадках диверсифікація є необхідністю. Наприклад, коли ринок збуту, на якому діє підприємство, має тенденцію до скорочення (тобто товар, який виробляє підприємство, вступає в стадію спаду життєвого циклу), підприємство мусить виходити в інші сфери бізнесу.

Диверсифікація – це стратегія, яка передбачає вихід підприємства в нові для нього сфери бізнесу.

Розрізняють такі види диверсифікації:

1. Концентрична (вертикальна) диверсифікація,
2. Горизонтальна диверсифікація,
3. Конгломераційна диверсифікація.

Сутність концентричної (вертикальної) диверсифікації полягає у тому, що підприємство починає виробляти нові товари, які в технологічному та/або маркетинговому аспекті пов'язані з існуючими товарами..

Горизонтальна диверсифікація передбачає випуск підприємством нових товарів, які технологічно не пов'язані з існуючими, але призначені для існуючих клієнтів (споживачів) підприємства.

Конгломеративна диверсифікація являє собою стратегію, націлену на розроблення й виробництво нових товарів, які жодним чином не пов'язані ні з існуючою діяльністю підприємства, ні з його ринками збуту. Такий вид диверсифікації потребує найбільших фінансових витрат і під силу тільки великим підприємствам.

Процес формування маркетингової стратегії включає такі етапи:

1. Вибір типу стратегії маркетингу, при умові, якщо фірмі характерне вміння швидше забезпечувати внутрішні зміни в порівнянні зі змінами на ринку в цілому.
2. Стандартизований, диференційний і комбінований підходи до формування маркетингового комплексу.
3. Формування стратегії виходу на ринок і стратегії присутності.
4. Управління маркетингом.

За критерієм належності до п'яти основних стратегій досягнення конкурентних переваг відносяться глобальні стратегії конкуренції

Глобальні стратегії включають у себе такі види: стратегія мінімізації витрат, стратегія фокусування, стратегія диференціації, стратегія інновацій, стратегія швидкого реагування.

Стратегія мінімізації витрат – це стратегія лідерства шляхом економії на витратах. Передумовами використання такої стратегії можуть бути: велика частка ринку; наявність конкурентних переваг, пов'язаних із наявністю дешевих матеріалів, низьких витрат на транспортування та продаж товарів. Особливість цієї стратегії проявляється в тому, що підприємства в змозі мати нормальну рентабельність навіть в умовах загострення конкурентної боротьби.

Стратегія фокусування означає обслуговування вузького сегменту з урахуванням особливостей попиту. Досягнення лідерства при використанні такої стратегії залежить від можливостей підприємства зменшити витрати, забезпечити диференціацію продукції. Утримати лідерство можливо лише при наявності можливостей у підприємства забезпечувати потреби сегмента ефективніше, ніж конкуренти. Ризики при цій стратегії пов'язані із загрозою переключення потреб із надто специфічних можливостей товару до звичайних.

Стратегія диференціації – це обслуговування потреб споживачів за допомогою найрізноманітніших товарів, широкого асортименту номенклатури товарів одного функціонального призначення. Ринковими умовами для прийняття такої стратегії є можливість підприємства використовувати великий потенціал для наукових розробок щодо удосконалення дизайну товарів, досягнення високої якості, наявності особливого престижу. Крім того, попит повинен мати стійкий і постійний характер. Різноманітність продуктів забезпечує фірмі захист від появи товару-замінника, великого впливу споживачів та постачальників. Ризики пов'язані з необхідністю підприємства підтримувати стратегію високої ціни, що може призвести до зменшення попиту. Крім того, конкурентна перевага по диференціації продуктів може бути перехоплена конкурентами і виникне загроза бізнесу.

Стратегія інновацій означає конкурентні переваги у зв'язку зі створенням принципово нових товарів, що сприяє одержанню високих прибутків, блокуванню появи товару-замінника, ексклюзивності бізнесу, іміджу новатора, створенню нових сегментів. Ризик може бути пред'явленим з боку споживачів, які ще не готові до сприйняття новинки, відсутності каналів просування інновацій.

Стратегія швидкого реагування на потреби ринку визначається вмінням підприємства перекинути свій потенціал в абсолютно нові сфери бізнесу. Можливість прийняття такої стратегії залежить від висококласних менеджерів, спроможних не тільки організувати негайну переорієнтацію діяльності фірми, але й вибрати нові проекти бізнесу з найбільшою рентабельністю. Ризики тут виникають у зв'язку з наявністю можливості банкрутства або підвищення витрат, відсутністю довгострокових планів і стратегічних ідей.

За критерієм належності до стратегій управління портфелем сфер бізнесу корпорації існують корпоративні стратегії конкуренції.

Корпоративні портфельні стратегії, пов'язані з формуванням портфеля товару, представлені такими видами стратегій: концентричної диверсифікації; зв'язаної диверсифікації; незв'язаної

диверсифікації; відкачування капіталу та ліквідації; зміна курсу, реструктуризації, виживання.

Стратегія диверсифікації. Поява такої стратегії є результатом загострення конкурентної боротьби, коли одинокі організації не в змозі оволодіти конкурентними перевагами. Стратегія диверсифікації передбачає використання такого портфеля сфер бізнесу, який диверсифікується на множині національних ринків. Така диверсифікація дає конкурентні переваги організаціям, пов'язаним із демпінговою ціновою політикою на одних ринках за рахунок прибутковості на вже зайнятих ринках, якими є ринки сільськогосподарської продукції. Крім того, конкурентні переваги при такій стратегії можуть проявитися в можливості проникнення на різні цільові ринки зі стандартними товарами та послугами, що знижує витрати на просування товару.

Стратегія зв'язаної диверсифікації. У стратегічних рішеннях компанії стосовно визначення раціонального портфеля сфер бізнесу диверсифікація відіграє значну роль. Це пояснюється стратегічним ефектом, який з'являється при використанні стратегії диверсифікації і може проявитися в зниженні корпоративних витрат за рахунок багатофункціонального використання ресурсів. У літературі та в практиці маркетингу такі ефекти звуться стратегічними відповідностями, коли між множиною сфер бізнесу корпорації існують стратегічні відповідності таких напрямків:

- маркетингові: єдиний клімат, географічна територія, канали реалізації, рекламні послуги, постачальники, торгові марки;
- виробничі відповідності: єдині виробничі потужності, подібні технології, наукові розробки;
- управлінські: єдині системи управління, менеджери.

Прикладом використання таких стратегічних відповідностей є концерн, бізнес-портфель якого складається з різних сфер бізнесу, але які засновані на стратегічних спільностях.

Стратегія незв'язаної диверсифікації характерна для юридичної особи типу конгломерат. Бізнес-портфель конгломерату складається зі сфер бізнесу, поміж якими існують слабкі стратегічні відповідності. Конкурентною перевагою такої стратегії є зменшення ризику діяльності за рахунок того, що сфери бізнесу знаходяться одночасно на різних стадіях життєвих циклів бізнесу: спади в одних сферах бізнесу компенсуються підйомами в інших. Досягнення доходної діяльності конгломерату залежить від кваліфікації менеджерів, що керують бізнес-портфелем. Ці сфери бізнесу мають лише єдиних володарів і менеджерів.

Стратегія відкачування капіталу та ліквідації. Цю стратегію використовують організації, які у своєму портфелі мають сфери бізнесу, що перестають приносити прибутки. Під час продажу цих сфер бізнесу організація намагається знайти клієнта, який згоден купити ці сфери бізнесу при наявності єдиних стратегічних відповідностей.

Стратегія ліквідації означає закриття організації та розпродаж її активів.

Стратегія банкрутства може призвести до падіння іміджу всього портфеля сфер бізнесу.

Стратегія зміни курсу і реструктуризації. Попит у використанні такої стратегії виникає при бажанні організації покращити портфельну структуру сфер бізнесу, що пов'язано зі зростанням витрат на підтримку деяких сфер бізнесу; концентрацією зусиль на відбудову прибутковості сфер бізнесу; виведенням деяких сфер бізнесу з портфеля як слабких і використання ресурсів у благополучних сферах.

Стратегія реструктуризації передбачає радикальний перегляд портфеля, включення нових сфер бізнесу.

За критерієм належності до стратегій, які застосовуються в залежності від зовнішніх та внутрішніх умов, виділяють міжнародні функціональні стратегії конкуренції.

Конкурентні стратегії (функціональні). Існує безліч підходів до класифікації функціональних конкурентних стратегій, їх об'єднує прагнення підприємства до утримання своїх конкурентних переваг, прийняття дій, орієнтованих на попередження або на побудову реакції підприємства на дії конкурентів і зміни в ринковій ситуації.

Так, у відомій класифікації до стратегій наступу відносяться: наступ на сильні сторони конкурента; наступ на слабкі сторони конкурента; багатоплановий наступ; захоплення стратегічних рубежів; «партизанський напад»; попереджуючі дії.

Крім цих стратегій, автори відокремлюють стратегії оборони; стратегії вертикальної інтеграції; стратегії по зайняттю різноманітних галузевих позицій; стратегії на різних етапах життєвого циклу галузі; стратегії по фрагментарних галузях.

Крім цих міжнародних стратегій, відомі і здобули велике розповсюдження конкурентні стратегії по М. Портеру, які враховують такі сфери конкуренції: лідерство по цінах, продуктах у ніші; дія відомих п'яти конкурентних сил (споживачів, постачальників, поява нових конкурентів, загрози з боку товарів-субститутів); конкурентні переваги

по зайнятих позиціях на ринку (лідер, послідовник, обережний); характер реакції конкурентів (прихильність до цілей, переоцінка позицій, зміна поточної стратегії, присутність маркетингових можливостей).

Після того, коли стратегія визначена, можливо спробувати встановити, яка з них краща, шляхом порівняння фінансових витрат, витрат на персонал та ін.

При формуванні стратегії маркетингово-логістичної діяльності припускаються помилки, які при ретельному аналізі та проробленні можуть виглядати як маркетингові аксіоми, які можуть бути використані в побудові маркетингового комплексу підприємства.

Висновки. Стратегічний маркетинг є складовою маркетингового менеджменту та стратегічного менеджменту фірми. Його основна мета полягає в розробленні маркетингової стратегії для досягнення маркетингових цілей підприємства з урахуванням ринкових вимог та можливостей фірми. Стратегічний маркетинг, власне кажучи, являє собою постійний і систематичний аналіз потреб ринку, що призводить до розробки ефективних товарів, призначених для конкретних груп покупців, які мають особливі властивості, що відрізняють їх від товарів-конкурентів і в такий спосіб створює стійку конкурентну перевагу.

Визначаючи місце стратегічного маркетингу у процесі управління підприємством необхідно відмітити, що базова ділова стратегія підприємства розробляється на основі корпоративної місії і встановлених цілей фірми. Вона поділяється на функціональні стратегії згідно з переліком служб, які є організаційними складовими фірми. Місце стратегічного маркетингу у структурі управління маркетингом підприємства визначається тим, що він охоплює стадію планування маркетингу в аспекті постановки маркетингових цілей і розробки маркетингових стратегій.

Література.

1. *Дихтль Е., Хёршген Х.* Практический маркетинг. пер. с нем. М.: Высшая школа, 1995. 225 с.
2. *McGrath J.* Marketing strategie. London: McGrath Group, 2010. p. 46.
3. *Уолкер О., мл., Бойд Х., мл., Ларше Ж.-К., Маллинз Дж.* Маркетинговая стратегия. пер. с англ. М.: Вершина, 2006. 492 с.
4. *Єранкін О.О.* Вплив аграрної політики на маркетингову діяльність підприємств АПК в Україні. *Економіка АПК*. 2008. № 6 С. 29-39.

5. **Красноручький О.О.** Маркетинг товаровиробників та формування кон'юнктурних характеристик внутрішнього ринку сільськогосподарської продукції. *Вісник ТДАТУ*. 2010. Т. 9. С. 178-183.

6. **Красноручький О.О.** Управління збутом продукції аграрних підприємств: теоретико-методологічні та прикладні аспекти [монографія]. Харків: «Міськдрук», 2012. 284 с.

7. **Лозинська Т.М.** Роль маркетингу в регулюванні продовольчого ринку. *Вісник СНАУ*. 2008. Вип. 7/1. С. 74-77.

8. **Остапенко Р.М.** Стратегія розвитку виробничо-господарської діяльності аграрних підприємств. *Вісник ХНТУСГ*. 2009. Вип. 84. С. 233-238.

References.

1. **Dihl E., & Hyorshgen H.** (1995). *Prakticheskiy marketing [Practical marketing]*. Moscow: Vysshaya shkola, p. 225 [in German].

2. **McGrath Jen.** (2010). *Marketing strategie*. McGrath Group, London, p. 46 [in English].

3. **Uolker O. gr., Boyd H. gr., Larshe Zh.-K., Mallinz Dzh.** (2006). *Marketingovaya strategiya [Marketing Strategy]*. Moscow: Vershina, p. 492 [in English].

4. **Yerankin O.O.** (2008). Vplyv agrarnoyi polityky na marketyngovu diyalnist pidpryemstv APK v Ukraini [Infusion of agrarian policies on marketing activities of the agricultural sector in Ukraine]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No 6, pp. 29-39 [in Ukrainian].

5. **Krasnorucz'kyj O.O.** (2010). Marketyng tovarovyrobnykiv ta formuvannya kon'yunkturnykh xarakterystyk vnutrishnogo rynku sil'skogospodars'koyi produkciyi [Marketing of goods in the market for the design of internal business characteristics of the internal products market]. *Visnyk TDAU – Bulletin of the TDAU*, Vol. 9, pp. 178-183 [in Ukrainian].

6. **Krasnorucz'ku'j O. O.** (2012). *Upravlinnia zbutom produkciyi agrarnykh pidpryemstv: teoretiko-metodologichni ta prikladni aspekti [Sales management of agricultural enterprises: theoretical and methodological and applicable aspects]*. Kharkiv: Mis'kdruk, p. 284 [in Ukrainian].

7. **Lozynska T. M.** (2008). Rol marketyngu v reguluvanni prodovol'chogo rynku [The Role of Marketing in the Regulation of the Sustainable Market]. *Visnyk SNAU – Bulletin of SNAU*, issue 7/1, pp. 74-77 [in Ukrainian].

8. **Ostapenko R.M.** (2009). Strategiya rozvytku vyrobnycho-gospodars'koyi diyalnosti agrarnykh pidpryemstv [Strategies for the development of regionally-funded activities of agricultural enterprises]. *Visnyk XNTUSG – Bulletin CNTUSG*, issue 84, pp. 233-238 [in Ukrainian].

Анотація.

Ганжуренко І.В. Маркетингові стратегії як основа здійснення збутової та логістичної діяльності аграрного підприємства.

У статті визначено сутність, обґрунтовано важливість та узагальнено особливості маркетингових стратегій у забезпеченні збутової та логістичної діяльності аграрного підприємства. Досліджено та систематизовано існуючі у вітчизняній та світовій практиці класифікації маркетингових стратегій підприємств. Методологічною основою дослідження стали методи аналізу та синтезу, абстрактно-логічний, історичний, монографічний методи. Отримані результати мають науково-практичну цінність і можуть використовуватися у якості підґрунтя для подальших наукових розробок та формування практичних рекомендацій, направлених на удосконалення процесу здійснення збутової та логістичної діяльності підприємств, які займаються аграрною діяльністю.

Ключові слова: маркетингова стратегія, збут, логістика, аграрне підприємство, товаровиробники, агропродовольчий ринок.

Аннотация.

Ганжуренко И.В. Маркетинговые стратегии как основа осуществления сбытовой и логистической деятельности аграрного предприятия.

В статье определена сущность, обоснована важность и обобщены особенности маркетинговых стратегий в обеспечении сбытовой и логистической деятельности аграрного предприятия. Исследованы и систематизированы существующие в отечественной и мировой практике классификации маркетинговых стратегий предприятий. Методологической основой исследования стали методы анализа и синтеза, абстрактно-логический, исторический, монографический методы. Полученные результаты имеют научно-практическую ценность и могут использоваться в качестве основы для дальнейших научных разработок и формирование практических рекомендаций, направленных на совершенствование процесса осуществления сбытовой и логистической деятельности предприятий, занимающихся аграрной деятельностью.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, сбыт, логистика, аграрное предприятие, товаропроизводители, агропродовольственный рынок.

Abstract.

Hanzhurenko I.V. Marketing strategies as an estimation of sales and logistic activity of agrarian enterprise.

The article defines the essence, substantiates the importance and generalizes the peculiarities of marketing strategies in ensuring the sales and logistic activity of the agricultural enterprise. The classification of marketing strategies of enterprises existing in domestic and world practice is investigated and systematized. Methodological basis for the study were methods of analysis and synthesis, abstract-logical, historical, monographic methods. The results obtained are of scientific and practical value and can be used as a basis for further scientific development and formation of practical recommendations aimed at improving the process of marketing and logistic activity of enterprises engaged in agricultural activities.

Key words: marketing strategy, sales, logistics, agrarian enterprise, commodity producers, food market.

ЗЕМЕЛЬНА РЕФОРМА В УКРАЇНІ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ЗАВЕРШЕННЯ

*ГОПЦІЙ Д.О., К.Е.Н., ДОЦЕНТ,
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМ. В.В. ДОКУЧАЄВА*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Земельна реформа в Україні одна з найтриваліших серед країн пострадянського простору. Вона триває вже 30 років. Україна пройшла довгий шлях реформування земельних відносин від єдиної державної форми власності на землю до формування власності комунальної та приватної. Особливо болючою була земельна реформа для селян. Земельна реформа, яка мала в першу чергу спрямованість на відновлення історичної та соціальної справедливості і, як наслідок, значний економічний підйом аграрної галузі, на практиці обернулася руйнуванням соціальної і інженерної інфраструктури державних сільськогосподарських підприємств та сільських населених пунктів. Зникнення майже 500 сіл, масова міграція сільського населення до великих міст і за кордон не дає нам оцінити земельну реформу в Україні як успішну. Сьогодні земельна реформа, як ніколи близька до свого завершення – відкриття ринку земель сільськогосподарського призначення. Це пов'язане з двома обставинами: рішенням Європейського суду з прав людини у справі «Зеленчук та Цицюра проти України» та прагнення української влади на зняття мораторію на обіг земель сільськогосподарського призначення вже в наступному році.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Процес реформування земельних відносин в Україні, актуальні проблеми та недоліки земельної реформи розглядали в своїх працях такі провідні вчені-економісти як П.І. Гайдуцький, Ю.О. Лупенко, П.Т. Саблук, В.Я. Месель-Веселяк, М.М. Федоров, Д.С. Добряк, В.М. Жук, А.Г. Мартин, О.М. Могильний, М.Г. Ступінь, А.М. Третяк, О.І. Гуторов, О.В. Ходаківська, І.В. Юрченко [1-13]. Проте питання завершення земельної реформи та пов'язані з ним питання збереження українського села і захисту національних інтересів країни у зв'язку з запровадженням обігу земель сільськогосподарського призначення потребують подальшого вивчення.

Формування цілей статті. Метою статті є дослідження передумов земельної реформи, результатів її проведення та пошук шляхів її завершення у зв'язку з необхідністю захисту інтересів селян та продовольчої безпеки країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для того щоб зрозуміти чому земельна реформа в Україні, не зважаючи на її соціальну спрямованість, призвела до негативних соціальних наслідків згадаємо одну важливу історичну передумову – на території України майже 70 років була відсутня приватна форма власності на землю. Факт загальновідомий але його суспільне значення недооцінене. Земельна реформа започатковувалася під гаслом «наблизити власність на землю безпосередньо до виробника; надати самостійності і незалежності громадянину через відродження стратегічного господаря на землі на основі запровадження приватної власності на землю, розвитку на рівноправній основі сільськогосподарських підприємств, господарств населення та фермерських господарств» [4, с. 27]. Ідея передачі земель у приватну власність передбачала, що селянин краще буде опікуватися землею, якщо буде ставитися до неї як до своєї, а не державної власності. Передача землі селянам відбувалася без жодних економічних розрахунків, щодо можливості організації на виділених земельних ділянках ефективних сільськогосподарських господарств і звичайно не передбачала передачу необхідних засобів для такого господарювання. Важливий також психологічний аспект – селянин, як «господар своєї землі», був винищений як клас ще на початку XX століття. У селянина, який приступав до господарювання в нових умовах, не було сформоване уявлення про отриману землю, як про землю своїх батьків та був відсутній спадковий досвід господарювання в умовах приватної власності. Дане твердження дає чітке розуміння того, чому наводити досвід західноєвропейських країн, де дрібний фермер є ефективним господарем, не зовсім правильно. «Господар своєї землі» у цих країнах сформувався не на підставі законодавчого акту, а в результаті довготривалого історичного процесу.

Орієнтуючись на досвід успішних Західноєвропейських країн в 90-х роках XX століття в Україні були недооцінені переваги єдиної державної форми власності на землю, запровадження якої в умовах того часу можна було успішно замінити розвиненими орендними відносинами. Такий підхід надав би державі можливість безперешкодно вилучати земельні ділянки у недобросовісних користувачів та навпаки стимулювати добросовісних, надавши можливість передавати право оренди у спадок. Разом з тим така організація земельних відносин могла

запобігти руйнуванню інфраструктури державних сільськогосподарських підприємств та надмірної парцеляції землі, що мали місце в Україні у зв'язку із роздержавленням та розпаюванням земель. Не будемо заперечувати того факту, що у 90-х років ХХ тогочасні державні сільськогосподарські підприємства перебували в глибокій кризі. Однак у колгоспах і радгоспах був зосереджений великий матеріально-технічний потенціал аграрного виробництва – земля, техніка, будівлі, ресурси, кадри [2, с. 7]. Досвід Білорусії яка у 90-х роках ХХ століття знаходилася в тих самих економічних і політичних умовах не дозволяє погодитися з думкою науковців про приреченість та неминучість руйнації державних сільськогосподарських підприємств [2, 4]. Так, ефективність агропромислового комплексу Білорусії не можна вважати зразковим через успадкування багато в чому радянських підходів до управління сільським господарством, відсутність інфраструктури збуту сільськогосподарської продукції та належної державної підтримки фермерства, але цій країні вдалося зберегти сільськогосподарську інфраструктуру та уникнути продовольчої кризи. Ще більш показовим є досвід Ізраїлю. Розвиток сільського господарства в цій країні відбувався за складних геополітичних умов, які нажалі на сьогоднішній день багато в чому близькі до українських. Тим не менш, країна зі складними кліматичними умовами, дефіцитом прісної води, перманентним невирішеним збройним конфліктом має цілком успішне сільське господарство. В Ізраїлі 93 % земель сільськогосподарського призначення перебуває в державній власності. Ізраїль є одним із світових лідерів з виробництва та експорту цитрусових, включаючи апельсини, грейпфрути, мандарини. Нині сільськогосподарська продукція становить 2,5 % ВВП країни та 3,6 % експорту. При цьому держава на 95 % забезпечує власні потреби у продовольстві, імпортує лише зерно, олійні культури, м'ясо, каву, какао і цукор. Успіх агропродовольчого сектору Ізраїлю зумовлений тісною співпрацею між аграріями та наукою. У результаті фермери отримують новітні методи ведення господарства, вирощування культур, іригаційні технології та інноваційне аграрне обладнання [13, с. 85-86].

Але Україна не пішла шляхом збереження єдиної державної власності на землю. Початок земельної реформи проголошено Постановою Верховної Ради УРСР від 18.12.1990 року № 563-ХІІ «Про земельну реформу». Цією Постановою всі землі Української РСР оголошувалися об'єктом земельної реформи. Завданням реформи було визначено перерозподіл земель з одночасною передачею їх у приватну та колективну власність, а також у користування підприємств, установ і

організацій з метою створення умов для рівноправного розвитку різних форм господарювання на землі, формування багатоукладної економіки, раціонального використання та охорони земель [14]. З того часу була прийнята велика кількість законів та підзаконних актів спрямованих на проведення земельної реформи та регулювання земельних відносин у реформаційний період. Реформування земельних відносин в Україні пройшло такі основні етапи:

- ліквідації державної монополії на землю і встановлення колективної та приватної власності;
- відмови від колективної власності і запровадження комунальної власності;
- розпаювання земель колишніх державних сільськогосподарських підприємств;
- виділення в натурі (на місцевості) земельних часток паїв та оформлення права приватної власності на них.

Але на сьогоднішній день земельна реформа незавершена. Причиною цьому мораторій на обіг земель сільськогосподарського призначення Мораторій, який був встановлений під час прийняття Земельного кодексу України 2001 року в зв'язку з необхідністю додаткового часу для формування земельного ринку з «адекватними» цінами та прийняття законодавства, необхідного для створення такого ринку, своєї першочергової цілі не досяг [15]. Важливі закони, які б визначили модель та механізм обігу земель сільськогосподарського призначення так і не були прийняті. Впродовж наступних 18 років мораторій багато разів подовжувався, а аргументація, щодо необхідності його продовження неодноразово змінювалася. В той же час, мораторій не зміг ефективно запобігти обігу земель сільськогосподарського призначення, а лише створив передумови для формування тіньового ринку. Фактичний контроль над землями сільськогосподарського призначення здобувається через інші цивільно правові угоди з землею. Найпоширенішими з яких є договори міни, довгострокової оренди, емфітевзису.

В цьому контексті історичним стало рішення Європейський суд з прав людини (далі – ЄСПЛ) від 22 травня 2018 року у справі «Зеленчук і Цицора проти України», що набуло чинності 22 серпня 2018 року [15]. Даним рішенням Суд надав правову оцінку мораторію на відчуження земель сільськогосподарського призначення Підставою для прийняття ЄСПЛ зазначеного рішення стали подані у грудні 2015 року заяви двох громадян України - Софії Степанівни Зеленчук та Віктора Антоновича Цицори, які є власниками земельних ділянок (паїв). У

своїй заяві ці громадяни стверджували, що запроваджений законодавством України мораторій порушує їх право власності, оскільки позбавляє їх можливості розпоряджатися землею в обсязі, визначеному Європейською конвенцією з прав людини та гарантованому Конституцією України. Оскільки С.С. Зеленчук та В.А. Цицюра не змогли захистити своє право власності на землю в судових інстанціях України, то вони вирішили звернутися до ЄСПЛ з проханням про захист цього права та відновлення справедливості шляхом визнання мораторію таким, що суперечить Європейській конвенції про захист прав людини та фундаментальних свобод і Конституції України, та про відшкодування шкоди, заподіяної їм мораторієм [16].

Слід зауважити, що в рішенні Суду проведено фундаментальне дослідження хронології подій та розвитку законодавства України, що призвели до встановлення мораторію. Також Судом було проведено досліджене питання обмеження права власності у інших країнах членах Ради Європи.

У п. 79 рішення Суду зазначено, що законодавче регулювання відносин власності не може включати такий надзвичайний захід, як абсолютну заборону на відчуження землі. Жодна інша держава не мала такого абсолютного заборони, обмежуючись лише встановленням певних умов для продажу або перепродажу землі [15].

У п. 66 Суд дійшов висновку, що багаторазова зміна причин подовження мораторію була лише «прикриттям» нездатності держави прийняти необхідне законодавство [15].

Аргументи представників держави, що скасування мораторію могло спричинити негативні наслідки у вигляді обезземелення селян, скуповування земель по заниженим цінам крупними землевласниками та іншими державами у тому числі ворожими до України або виведення земель із сільськогосподарського використання були прийняті Судом до уваги. Але спираючись на досвід інших країн та економічні закони, Судом була доведена непереконаливість таких аргументів. Так держава має право встановити граничні площі земель, що можуть перебувати у приватній власності, а також не допускати певних суб'єктів, що наразі не є суб'єктами права власності на землі сільськогосподарського призначення до участі у ринку відповідних земель. До того ж, як показала практика інших країн членів Ради Європи, запровадження ринку земель сільськогосподарського призначення призводить до стрімкого підвищення їх вартості і зовсім не зобов'язує селян продавати належні земельні ділянки у короткостроковій перспективі або взагалі.

Надзвичайно цікавим є п. 65 Рішення де Судом було зазначено, що якщо держава хотіла заборонити передачу сільськогосподарських земель в приватну власність, вона могло б зробити це з самого початку. Замість цього держава передала землю членам колишніх колгоспів і висловила намір дозволити власникам землі розпоряджатися нею [15]. З цього можна зробити висновок, що відсутність приватної власності на землі сільськогосподарського призначення жодним чином не зашкодило б Євроінтеграційним процесам в Україні. Цей факт ставить під сумнів доцільність земельної реформи в тому вигляді в якому вона мала місце. Але враховуючи, що право приватної власності таки було запроваджене, Україна повинна забезпечити його повноцінну реалізацію.

За результатами розгляду справи Суд прийшов до висновку що мало місце порушення Ст.1 Протоколу №1 Конвенції з прав людини і основоположних свобод в якій зазначено, що кожна фізична або юридична особа має право мирно володіти своїм майном. Ніхто не може бути позбавлений своєї власності інакше як в інтересах суспільства і на умовах, передбачених законом і загальними принципами міжнародного права. Проте попередні положення жодним чином не обмежують право держави вводити в дію такі закони, які вона вважає за необхідне, щоб здійснювати контроль за користуванням майном відповідно до загальних інтересів або для забезпечення сплати податків чи інших зборів або штрафів [17].

І хоча дана норма дозволяє на рівні національного законодавства встановлювати певні обмеження права власності але запровадження мораторію істотно порушує баланс між загальними і приватними інтересами.

Позивачам було відмовлено в присудженні компенсацій за начебто понесені збитки. Але в п 157 було зазначено, що якщо Держава-відповідач необґрунтовано затримає прийняття необхідних загальних заходів щодо виправлення ситуації, це може з часом привести до ситуації, коли відшкодування шкоди а рамках Статті 41 можуть в кінцевому підсумку стати виправданими, принаймні для деяких категорій землевласників [15]. Під загальними заходами тут мається на увазі внесення змін до національного законодавства з метою відміни або пом'якшення мораторію. В свою чергу Стаття 41 Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод передбачає право на справедливу сатисфакцію і зазначає: «Якщо Суд визнає факт порушення Конвенції або протоколів до неї і якщо внутрішнє право відповідної Високої Договірної Сторони передбачає лише часткове відшкодування, Суд, у разі необхідності, надає потерпілій сторони

справедливу сатисфакцію» [18]. Таким чином в даному судовому рішенні Суд утримався від призначення будь-яких компенсацій, викликаних обмеженням права власності щоб не створювати судовий прецедент. Адже, враховуючи величезну кількість осіб, що не можуть розпорядитися власними земельними ділянками через мораторій, присудження навіть символічних компенсацій могло стати непосильним тягарем для бюджету України. В той же час, зважаючи на схильність України до ігнорування або затягування виконання рішень ЄСПЛ в частині внесення змін до законодавства, що порушує основні права і свободи, Суд попередив про можливі негативні наслідки матеріального характеру та зобов'язав Україна в розумні строки (а з практики це 1-2 роки) вжити заходів спрямованих на виправлення ситуації.

На вимогу зазначеного рішення ЄСПЛ Верховною Радою України 13 листопада 2019 року в першому читання був прийнятий проект Закону «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обігу земель сільськогосподарського призначення» [19]. Даний проект Закону викликав широкі дискусії серед науковців, правників та громадськості. Здебільшого вони стосувалися суб'єктів, що мають доступ до ринку та максимальної площі земель сільськогосподарського призначення, яка може перебувати у власності однієї особи. І хоча, під тиском суспільної думки, згідно до проекту Закону іноземні юридичні та фізичні особи не можуть набувати земельні ділянки сільськогосподарського призначення у власність, механізмів захисту інтересів селян та заходів спрямованих на відродження села він також не передбачає. Зокрема, допуск до ринку юридичних осіб, у поєднанні із закріпленим переважним правом викупу земельної ділянки за орендарем, та прихованими за розпавчастими юридичними конструкціями безпрецедентно великими площами земель сільськогосподарського призначення (більше 200 тис. га), що можуть переходити у власність однієї особи, є фактичною легітимізацією моделі ринку, за якою контроль над землями сільськогосподарського призначення отримують агрохолдинги. В свою чергу, селянам обіцяють можливість нарешті стати «справжнім господарем» і «вільно розпорядитися своєю землею». Але незрозуміло, яким чином «вільне розпорядження земельною ділянкою», а по факту її продаж селянином буде сприяти відродженню українського села. Наміри уряду надати селянам та дрібним фермерським господарствам доступу до дешевих кредитів на купівлю необхідної сільськогосподарської техніки під заставу землі теж не витримують критики. В Україні відсутні спеціалізовані іпотечні установи, які б мали змогу надавати такі кредити на постійній основі. Від ідеї створення

Державного земельного банку, на який можливо було б покласти такі функції, відмовилися ще у 2014 році. В свою чергу, обсяг коштів, які будуть виділятися на державні програми підтримки фермерства, що реалізуватимуться через звичайні банки, залежатиме від можливостей українського бюджету та політичної волі. А це не є ненадійною запорукою конкурентності дрібних фермерських господарств відносно агрохолдингів, що мають доступ до значних фінансових ресурсів в тому числі через непрозорі схеми.

Нажаль думка, науковців, що пропонують хоча б на першому етапі надати можливість купівлі-продажу земель сільськогосподарського призначення лише фізичним особам, зайнятим в сільському господарстві, територіальним громадам та державі, а також обмежити максимальну площу земель, що може перебувати у приватній власності на рівні 100-300 га не була врахована [3, 6]. Але саме така модель ринку надала б можливість з одного боку виконати рішення ЄСАП, а з іншого боку стати першим кроком до відродження українського села.

Ще одним важливим питанням є доля земель сільськогосподарського призначення, які залишилися в державній формі власності, а це близько 25 % усіх земель сільськогосподарського призначення. Хоча по факту таких земель може виявитися набагато менше, адже інвентаризація цих земель до кінця не проведена. Ідея передачі цих земель у приватну та комунальну власність є не конструктивною. В умовах слабкої законодавчої регуляції та непередбачуваності розвитку ринкових відносин після запровадження обігу земель сільськогосподарського призначення, доцільно було б створити з цих земель Державний резерв земель сільськогосподарського призначення, з метою забезпечення продовольчої безпеки країни. Такий резерв дасть державі можливість ефективно протистояти створенню монополій та штучного ажіотажу на ринку сільськогосподарської продукції.

Висновки. Земельну реформу в Україні, яка триває вже 30 років, не можна вважати успішною. Вона мала своїм наслідком руйнування інфраструктури державних сільськогосподарських підприємств парцеляцію земель та, в супереч очікуванням, стала причиною кризи українського села. Сьогодні земельна реформа близька до свого логічного завершення – запровадження обігу земель сільськогосподарського призначення. У зв'язку з цим важливо врахувати помилки минулих років і не допустити погіршення ситуації в українських селах. Для цього необхідно надати право на участь у ринку земель сільськогосподарського призначення обмеженому колу суб'єктів, а саме державі, територіальним громадам та мешканцям

сільських населених пунктів, зайнятим у сільському господарстві. Разом з тим необхідно розумно розпорядитися землями сільськогосподарського призначення, що залишилися у державній власності, створивши Державний резерв земель сільськогосподарського призначення, з метою забезпечення продовольчої безпеки держави.

Література.

1. **Гайдуцький П.І.** Аграрна реформа в Україні: [монографія] / **П.І. Гайдуцький, П.Т. Саблук, Ю.О. Лупенко** та ін.; за ред. **П.І. Гайдуцького**. К.: ННЦ ІАЕ, 2005. 424 с.
2. **Гайдуцький П.І.** Аграрна реформа Л.Д. Кучми в Україні: історико-економічні аспекти. *Економіка АПК*. 2015. № 1. С. 5-13.
3. **Лупенко Ю.О., Ходаківська О.В.** Наукові засади запровадження ринкового обігу земель сільськогосподарського призначення. *Економіка АПК*. 2016. № 12. С. 5-15.
4. **Лупенко Ю.О., Саблук П.Т., Месель-Веселяк В.Я., Федоров М.М.** Результати і проблеми реформування сільського господарства України. *Економіка АПК*. 2014. № 7. С. 26-38.
5. **Добряк Д.С., Шкуратов О.І.** Формування і розвиток ринкових земельних відносин на теренах України. *Збалансоване природокористування*. 2018. № 1. С. 6-17.
6. **Жук В.М.** Обіг земель сільськогосподарського призначення в селозберігаючій моделі аграрного устрою України: [наукова доповідь]. К.: ННЦ ІАЕ, 2017. 128 с.
7. **Мартин А.Г.** Регулювання ринку землі в Україні: [монографія]. К.: Аграр Медіа Груп, 2011. 254 с.
8. **Могильний О.М., Ходаківська О.В.** Вплив агрохолдингів на розвиток аграрного сектору країни. *Економіка та держава*. 2017. № 6. С. 4-9.
9. **Stupen R, Stupen M, Ryzhok Z, & Stupen O.** (2019). Modeling of the effective functioning of the agricultural lands market in Ukraine. *Geodesy and Cartography*, no. 45(2), pp. 96-101.
10. **Третяк А.М., Третяк Н.А.** Сільськогосподарський земельний ринок у зарубіжних країнах та в Україні: проблеми цін та інституційного середовища. *Землеустрій, кадастр і моніторинг земель*. 2018. № 1. С. 72-80.
11. **Гуторов О.І.** Проблеми сталого землекористування у сільському господарстві: теорія, методологія, практика: [монографія]. Х.: Едена, 2010. 406 с.
12. **Ходаківська О.В., Юрченко І.В.** Регулювання ринкового обігу земель сільськогосподарського призначення: досвід країн ЄС. *Економіка АПК*. 2017. № 5. С. 78-85.
13. **Ходаківська О.В., Юрченко І.В.** Ринковий обіг земель сільськогосподарського призначення в Ізраїлі. *Економіка АПК*. 2019. № 2. С. 84-92.

14. Постанові Верховної Ради Української РСР «Про земельну реформу». URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=67059.

15. Zelenchuk and Tsytsyura v. Ukraine, nos. 846/16 and 1075/16, ECHR, 22 May 2018. URL: <https://hudoc.echr.coe.int/eng#%7B%22itemid%22%3A%5B%22001-183128%22%5D%7D>}.

16. **Кулінич П.Ф.** Рішення Європейського суду з прав людини від 22 травня 2018 року та перспективи захисту земельних прав селян на землю. *Землепорядний вісник*. 2018. № 7. С. 12-15.

17. Протокол до Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод № 1. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_535.

18. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_004.

19. Проект Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обігу земель сільськогосподарського призначення». URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=67059.

References.

1. **Haidutskyi P.I., Sabluk P.T., & Lupenko Yu.O.** et. al. (2005) *Ahrarna reforma v Ukraini [Agrarian reform in Ukraine]*. **P.T. Haidutskyi** (Ed.). Kyiv: NNT's IAE, p. 424 [in Ukrainian].

2. **Haidutskyi P.I.** (2015). Ahrarna reforma L.D. Kuchmy v Ukraini: istoryko-ekonomichni aspekty [Agrarian Reform of L.D. Kuchma in Ukraine: Historical and Economic Aspects]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No 1, pp. 5-13 [in Ukrainian].

3. **Lupenko Yu.O., & Khodakivska O.V.** (2016). Naukovi zasady zaprovadzhennia rynkovoho obihu zemel silskohospodarskoho pryznachennia [Scientific principles of introduction of market circulation of agricultural lands]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No 12, pp. 5-15 [in Ukrainian].

4. **Lupenko Yu.O., Sabluk P.T., Mesel-Veseliak V.Ya. Fedorov M.M.** (2014). Rezultaty i problemy reformuvannia silskoho hospodarstva Ukrainy [Results and problems of reforming Ukrainian agriculture]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No 7, pp. 26-38 [in Ukrainian].

5. **Dobriak D.S., & Shkuratov O.I.** (2018). Formuvannia i rozvytok rynkovykh zemelnykh vidnosyn na terenakh Ukrainy. [Formation and development of market land relations in Ukraine]. *Zbalansovane pryrodokorystuvannia – Balanced Natural Resources*. No 1, pp. 6-17 [in Ukrainian].

6. **Zhuk V.M.** (2017). Obih zemel silskohospodarskoho pryznachennia v selozberibainchii modeli ahrarnoho ustroiu Ukrainy [Circulation of agricultural lands in the model of agrarian system of Ukraine]. Kyiv: NNT's IAE, p. 128 [in Ukrainian].

7. **Martyn A.H.** (2011) *Rehuliuvannia rynku zemli v Ukraini [Regulation of the land market in Ukraine]*. Kyiv: Ahrar Media Hrup, p. 254 [in Ukrainian].

8. **Mohylnyi O.M., & Khodakivska O.V.** (2017). Vplyv ahrarkholdynhiv na rozvytok ahrarnoho sektoru krainy [Impact of agricultural holdings on the development of the agricultural sector of the country]. *Ekonomika ta derzhava – Economy and The State*, No 6, pp. 4-9 [in Ukrainian].

9. **Stupen R, Stupen M, Ryzhok Z, & Stupen O.** (2019). Modeling of the effective functioning of the agricultural lands market in Ukraine. *Geodesy and Cartography*, No 45(2), pp. 96-101 [in English].

10. **Tretiak A.M., & Tretiak N.A.** (2018). Silskohospodarskyi zemelnyi rynok u zarubizhnykh krainakh ta v Ukraini: problemy tsin ta instytutitsiinoho seredovyshcha [Agricultural land market in foreign countries and in Ukraine: problems of prices and institutional environment]. *Zemleustrii, kadastr i monitorynh zemel – Land Management, Cadastre and Land Monitoring*, No 1, pp. 72-80 [in Ukrainian].

11. **Hutorov O.I.** (2010). *Problemy staloho zemlekorystuvannia u silskomu hospodarstvi: teoriia, metodolohiia, praktyka* [Problems of sustainable land use in agriculture: theory, methodology, practice]. Kharkiv: Edena, p. 406 [in Ukrainian].

12. **Khodakivska O.V., & Yurchenko I.V.** (2017). Rehuliuivannia rynkovoho obihu zemel silskohospodarskoho pryznachennia: dosvid krain YeS [Regulation of market circulation of agricultural land: experience of EU countries]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No 5, pp. 78-85 [in Ukrainian].

13. **Khodakivska O.V., & Yurchenko I.V.** (2019). Rynkovyi obih zemel silskohospodarskoho pryznachennia v Izraili [Market turnover of agricultural land in Israel]. *Ekonomika APK – Economy AIC*, No 2, pp. 84-92 [in Ukrainian].

14. Postanova Verkhovnoi Rady Ukrainiskoi RSR «Pro zemelnu reformu» [Resolution of the Verkhovna Rada of the Ukrainian SSR «On Land Reform»]. (n.d.). *zakon.rada.gov.ua*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/563-12> [in Ukrainian].

15. Zelenchuk and Tsytsyura v. Ukraine, nos. 846/16 and 1075/16, ECHR, 22 May 2018. Retrieved from: <https://hudoc.echr.coe.int/eng#%7B%22itemid%22%3A%22001-183128%22%7D> [in English].

16. **Kulynych P.F.** (2018). Rishennia Yevropeiskoho sudu z prav liudyny vid 22 travnia 2018 roku ta perspektyvy zakhystu zemelnykh prav selian na zemliu [Judgment of the European Court of Human Rights of 22 May 2018 and prospects for the protection of peasants' land rights to land]. *Zemleporiadnyi visnyk – Land Bulletin*, No 7, pp. 12-15 [in Ukrainian].

17. Protokol do Konventsii pro zakhyst prav liudyny i osnovopolozhnykh svobod No 1 [Protocol to the Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms No. 1]. (n.d.). *zakon.rada.gov.ua*. Retrieved from https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_535 [in Ukrainian].

18. Konventsia pro zakhyst prav liudyny i osnovopolozhnykh svobod [Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms]. (n.d.). *zakon.rada.gov.ua*. Retrieved from https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_004 [in Ukrainian].

19. Proekt Zakonu Ukrainy «Pro vnesennia zmin do deiakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo obihu zemel silskohospodarskoho pryznachennia» [Draft Law of Ukraine «On Amendments to Some Legislative Acts of Ukraine on the Circulation of Agricultural Lands»]. (n.d.). *w1.c1.rada.gov.ua*. Retrieved from http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=67059 [in Ukrainian].

Анотація.

Гопцій Д.О. Земельна реформа в Україні: актуальні проблеми і перспективи завершення.

У статті розглянуті історичні передумови та наслідки земельної реформи. Акцентовано увагу на недостатній обґрунтованості державного вектору реформування земельних відносин, що призвело до глибокої кризи українського села.

Метою статті є дослідження передумов земельної реформи, результатів її проведення та пошук шляхів її завершення у зв'язку з необхідністю захисту інтересів селян та продовольчої безпеки країни.

В ході дослідження була доведена недостатня аргументованість та обґрунтованість наукових позицій при запровадженні земельної реформи. Відзначено, що запровадження приватної форми власності на землю та тотальний перерозподіл земель колишніх державних сільськогосподарських підприємств не змогли запобігти кризі українського села. Акцентовано увагу на тому, що через мораторій на обіг земель сільськогосподарського призначення земельна реформа не була доведена до свого завершення. У зв'язку з цим відзначено важливість рішення Європейського суду з прав людини, згідно з яким Україна зобов'язана взяти заходів спрямованих на зняття або пом'якшення мораторію. Проаналізовано, прийнятий Верховною Радою України у першому читанні проект Закону, спрямований на зняття мораторію та відзначено окремі норми, що становлять небезпеку і можуть сприяти поглибленню кризи українського села.

Запропоновано при започаткуванні обігу земель сільськогосподарського призначення дотримуватися першочергового захисту інтересів селян. Для досягнення цієї мети, необхідності на даному етапі надати можливість купівлі-продажу земель сільськогосподарського призначення лише фізичним особам — громадянам України, що приживають в сільській місцевості та зайняті в сільському господарстві, територіальним громадам і державі. В той же час, з метою гарантування продовольчої безпеки країни, необхідно створити Державний резерв земель сільськогосподарського призначення.

Ключові слова: земельна реформа, обіг земель сільськогосподарського призначення, мораторій, українське село, продовольча безпека.

Аннотация.

Гопций Д.А. Земельная реформа в Украине: актуальные проблемы и перспективы завершения.

В статье рассмотрены исторические предпосылки и последствия земельной реформы. Акцентируется внимание на недостаточный обоснованности государственного вектора реформирования земельных отношений, что привело к глубокому кризису украинского села.

Целью статьи является исследование предпосылок земельной реформы, результатов ее проведения и поиск путей ее завершения в связи с необходимостью защиты интересов крестьян и продовольственной безопасности страны.

В ходе исследования была доказана недостаточная аргументированность и обоснованность научных позиций при внедрении земельной реформы. Отмечено, что введение частной формы собственности на землю и тотальное перераспределение земель бывших государственных сельскохозяйственных предприятий не смогли предотвратить кризис украинского села. Акцентируется внимание на том, что из-за моратория на оборот

земель сельскохозяйственного назначения земельная реформа не была доведена до своего завершения. В связи с этим отмечена важность решения Европейского суда по правам человека, согласно которому Украина обязана принять меры направленных на снятие или смягчение моратория. Проанализированы, принятый Верховной Радой Украины в первом чтении проект закона, направленный на снятие моратория и отмечено отдельные нормы, представляющих опасность и могут способствовать углублению кризиса украинского села.

Предложено при учреждении оборота земель сельскохозяйственного назначения соблюдать первоочередного защиты интересов крестьян. Для достижения этой цели, необходимости на данном этапе предоставить возможность купли-продажи земель сельскохозяйственного назначения только физическим лицам - гражданам Украины, прижигает в сельской местности и заняты в сельском хозяйстве, территориальным общинам и государству. В то же время, в целях обеспечения продовольственной безопасности страны, необходимо создать Государственный резерв земель сельскохозяйственного назначения.

Ключевые слова: земельная реформа, обороте земель сельскохозяйственного назначения, мораторий, украинское село, продовольственная безопасность.

Abstract.

Hoptsi D.O. Land Reform in Ukraine: Current Problems and Completion Prospects.

The article discusses the historical background and the consequences of the land reform. The attention is focused on the lack of validity of the state vector of land relations reformation, which led to the deep crisis of the Ukrainian village.

The purpose of the article is to investigate the preconditions of the land reform, the results of its implementation and to find the ways of its completion in connection with the need to protect the interests of the villagers and food security of the country.

In the course of the research, insufficient substantiation and validity of the scientific positions in the implementation of the land reform were proved. It was noted that the introduction of private land ownership and the total redistribution of the land of the former state agricultural enterprises could not prevent the crisis of the Ukrainian village. The attention is focused on the fact that, due to the moratorium on the agricultural land turnover, the land reform has not been completed. In this regard, the importance of the decision of the European Court of Human Rights according to which Ukraine is obliged to take measures aimed at lifting or mitigating the moratorium is underlined. The project of the Law aimed at lifting the moratorium and identifying certain norms that pose a danger and may contribute to the deepening of the crisis in the Ukrainian village which has been adopted by the Verkhovna Rada of Ukraine in the first reading is analyzed.

It is proposed to keep the priority protection of villagers' interests at the beginning of the agricultural land turnover. In order to achieve this goal, it is necessary at this stage to provide the possibility of buying and selling agricultural land only to the natural persons – the citizens of Ukraine who live in the rural areas and are engaged in agriculture, territorial communities and the state. At the same time, in order to guarantee the food security of the country, it is necessary to create a State Reserve of agricultural lands.

Key words: land reform, agricultural land turnover, moratorium, Ukrainian village, food security.

ЗМІСТ

МАЛІЙ О.Г. Оцінювання фінансового і ресурсного потенціалу за фінансовими показниками (на прикладі підприємства авіабудування)	3
ГАВРИЛЕНКО О.В. Тенденції ефективності виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції аграрних підприємств	13
РЕМУНЯК І., SEMENENKO A., SEMENENKO N. Formation and development of professional competences of medical workers	24
НАСІБОВА О.В., ШИПЕНКО А.А. Методичні підходи фінансового аналізу підприємства	35
АНТОЩЕНКОВА В.В. Управління матеріальними потоками та формування сировинної зони в молокопродуктовому секторі.....	45
ДУЗЬКРЯТЧЕНКО В.В. Механізми та системи управління розвитком виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств	55
РОМАНЮК І.А. Основні напрями державної підтримки надання послуг сільського зеленого туризму аграрними підприємствами.....	64
СЄВІДОВА І.О. Сучасні аспекти розвитку маркетингової діяльності підприємств аграрної галузі	76
ЛОЗИНСЬКА Т.М. КУРПТА С.С. Вдосконалення мотиваційного механізму в управлінні державними підприємствами (на прикладі ДП «ДГ «Степне»).....	88
КРАВЧЕНКО О.М., НЕТЕЦЬКИЙ А.Г. Трансмісія ціни між учасниками агропродовольчого ланцюга продукції скотарства	98
ГРІДІН О.В., МИРНИЙ Є.В. Передумови забезпечення економічної ефективності виробництва молока та продуктів його переробки в Україні	113

НІМКОВИЧ А.І. Сутність стратегічного забезпечення та його роль у розвитку інститутів інфраструктури фондового ринку	126
ДЕРЕВ'ЯНКО О.Г. Оцінювання економічного зростання підприємств за критерієм капіталізації.....	136
ГМИРЯ В.П. Фінансові інструменти підтримки виробництва аграрної продукції як невід'ємної складової продовольчої безпеки країни	147
МЕЛЬНИК О.В. Аналітичні моделі управлінського оцінювання фундаментальної вартості підприємств.....	161
ПЕТРЕНКО Л.А. Стратегії розвитку компаній-інноваторів на основі інтелектуальної власності.....	171
МАРЕНИЧ Т.Г., КРУТЬКО М.А., БІРЧЕНКО Н.О. Основні засади інноваційно-інвестиційної діяльності в АПК України	184
КВЯТКО Т.М., ВІТКОВСЬКИЙ Ю.П. Агромаркетинг в Україні: аспекти розвитку	193
KUSKOVA S.V., ZAIKA S.O., GRIDIN O.V. Communications as an effective management instrument	201
ЛАГОДІЄНКО Н.В. БОГДАНОВ О.О., ДІДКОВСЬКА М.А. Необхідність та особливості сталого розвитку аграрного виробництва	214
СЬОМИЧ М.І. Аналіз рівня організаційно-правової безпеки суб'єктів аграрного бізнесу.....	229
СІНЬМЕНЬ ХАНЬ. Місце експортного потенціалу підприємств агропромислового виробництва в економічному потенціалі країни	241
МАНДИЧ О.В. Маркетинговий менеджмент як основа забезпечення конкурентоспроможного розвитку аграрних підприємств	252

ДУДНИК О.В., КАЛИНИЧЕНКО С.Н., МИКУЛЯНЕЦЬ В.А.

Вдосконалення процесу забезпечення
якісних адміністративних послуг 263

ЛІЗУТ Р.А. Критерії класифікації стратегій управління
безпекою основної діяльності підприємств 272

ПОДОЛЬСЬКА О.В., ХАРЧЕВНИКОВА Л.С., ДЬЯКОВА К.В.
Види ефективності у публічному адмініструванні
та критерії їх оцінювання 282

ОМЕЛЬЧЕНКО Г.Ю. Моделювання конкурентних стратегій
розвитку підприємств сфери сільського зеленого туризму 289

БАБКО Н.М., МИКИТАСЬ А.В., НАУМЕНКО І.В.
Механізм формування ідеї для стратегічного
маркетингу суб'єктів агробізнесу 298

ЗАВГОРОДНІЙ А.В. Географічна структура та основні напрямки
зовнішньої торгівлі товарами Причорноморського регіону..... 305

ЛАГОДІЄНКО В.В., СУХАНОВА А.В. Характеристика економічної
безпеки підприємств та оцінка основних індикаторів безпеки..... 318

МАШКАНЦЕВА С.О. Методичні аспекти оптимізації
витрат в системі мультимодальних перевезень 334

НЕСТЕРЧУК Ю.А. Споживання населенням України
продуктів харчування рослинного походження:
стан і напрямки поліпшення..... 342

ОМЕЛЬЧУК К.С. Якість послуг як індикатор
конкурентоспроможності підприємств
транспортної галузі регіону..... 354

СМОЛІЙ А.В. Формування системи продовольчого
забезпечення населення України
в умовах глобалізаційних викликів..... 362

ТУРАЛЕНКО Н.В., ЧАЙКОВСЬКА М.А., ЛАГОДІЄНКО В.В.

Інструменти підвищення інвестиційної
привабливості агросфери регіону.....378

ШВЕЦЬ О.В. Безробіття населення в умовах

сталого розвитку регіону.....387

ПРОКОПЕНКО О.В. Менеджмент як система управління

для забезпечення стратегічного розвитку підприємств.....396

МАЙБОРОДА О.В. Маркетинговий механізм

підвищення ефективності виробництва
плодоовочевої продукції в аграрних підприємствах.....404

СТЕПАНЕНКО С.В. Роль податку на додану вартість

у формуванні доходів бюджету та його ефективність.....412

ВЛАСЕНКО Т.А. Оцінювання рівня готовності підприємств

сільськогосподарського машинобудування до стратегічних змін 422

ГАНЖУРЕНКО І.В. Маркетингові стратегії як основа здійснення

збутової та логістичної діяльності аграрного підприємства.....433

ГОПЦІЙ Д.О. Земельна реформа в Україні:

актуальні проблеми і перспективи завершення.....445

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

***Вісник
Харківського національного
технічного університету
сільського господарства
імені Петра Василенка***

ВИПУСК 206

Економічні науки

***Відповідальний за випуск О.О. Красноручький
Редактори: Т.Г. Маренич, В.М. Онегіна***

**Підписано до друку 01.11.2019 р.
Формат 60×84 ¹/₁₆. Папір офсетний.
Гарнітура Garamond. Офсетний друк.
Умовн. друк. арк. – 28,9. Наклад – 300 прим.**

Віддруковано в ТОВ «Друкарня Мадрид»
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи: ДК №4399
від 27.08.2012 р. 61024, м. Харків, вул. Максимільянівська, 11
Тел.: (057) 756-53-25 www.madrid.in.ua e-mail: info@madrid.in.ua